

درس‌آموخته‌هایی از کسب‌وکار اجتماعی در دنیا (۱)؛ مرجع قانونی و شخصیت حقوقی



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخ انتشار:
۱۴۰۳/۰۸/۳۰

شماره مسلسل: ۲۰۲۵۲
کد موضوعی: ۲۱۰



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

عنوان گزارش:

درس‌آموخته‌هایی از کسب‌وکار اجتماعی در دنیا (۱)؛ مرجع قانونی و شخصیت حقوقی
نوع گزارش: طرح و لایحه □، نظارتی □، راهبردی ■

نام دفتر:

مطالعات اجتماعی (گروه توسعه تعاون، مشارکت‌های مردمی و سرمایه اجتماعی)

تهیه و تدوین‌کنندگان:

حسام عزت‌آبادی‌پور، محمدتقی ضرغام‌افشار (گروه توسعه تعاون، مشارکت‌های مردمی و سرمایه
اجتماعی)

مدیر مطالعه:

محمدتقی ضرغام‌افشار

اظهار نظرکننده:

محمد رضا مالکی (دفتر مطالعات اجتماعی)

ناظر علمی:

هادی افراسیابی

ویراستار ادبی:

سیده مرضیه موسوی‌راد

گرافیک و صفحه‌آرایی:

محمد دهقانی شهربابی

واژه‌های کلیدی:

۱. کسب‌وکار اجتماعی
۲. شرکت اجتماعی
۳. کارآفرینی اجتماعی
۴. نوآوری اجتماعی
۵. تطبیقی

تاریخ شروع مطالعه: ۱۴۰۲/۰۲/۱۰



فهرست مطالب

چکیده.....	۶
خلاصه مدیریتی.....	۷
۱. مقدمه.....	۸
۲. پیشینه پژوهش.....	۹
۳. کسب و کار اجتماعی.....	۱۱
۴. رویکرد دولت‌ها در قبال شرکت‌های اجتماعی.....	۱۳
۵. قوانین و مقررات مرتبط با شرکت‌های اجتماعی در دنیا.....	۱۳
۶. اشکال حقوقی شرکت‌های اجتماعی.....	۱۶
۷. برچسب اجتماعی کسب و کارها.....	۲۰
۸. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....	۲۸
۹. پیوست‌ها.....	۳۱
منابع و مأخذ.....	۳۹

فهرست جداول

جدول ۱. تحلیل پیشینه پژوهشی.....	۹
جدول ۲. تحلیل پیشینه تقنینی.....	۱۱
جدول ۳. مقایسه مفهومی شرکت‌های اجتماعی با شرکت‌های تجاری و خیریه‌ها.....	۱۲
جدول ۴. مقایسه منفعل‌ترین و فعال‌ترین کشورهای منتخب در زمینه قوانین و مقررات حوزه کسب و کارهای اجتماعی.....	۱۵
جدول ۵. کشورهای دارای علائم، وضعیت، برچسب یا گواهی‌نامه غیردولتی ویژه برای شرکت‌های اجتماعی.....	۲۰
جدول ۶. پیشنهاد توصیه سیاستی ویژه گزارشات راهبردی/نظارتی.....	۳۰
جدول ۱ پیوست. شخصیت حقوقی کسب و کارهای اجتماعی در اروپا.....	۳۱
جدول ۲ پیوست. فرم و شکل نهادی کسب و کارهای اجتماعی.....	۳۲
جدول ۳ پیوست. سیر تاریخی رسمیت یافتن شرکت‌های اجتماعی در اروپا.....	۳۶
جدول ۴ پیوست. فرم حقوقی خاص شرکت‌های اجتماعی در اروپا.....	۳۸

فهرست شکل‌ها

شکل ۱. نمودار پیشینه قانونی پژوهش.....	۱۰
شکل ۲. نمودار شرکت اجتماعی از نگاه سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، (۲۰۲۲).....	۱۱
شکل ۳. نمودار رویکرد دولت‌های اروپایی در خصوص شرکت‌های اجتماعی.....	۱۳
شکل ۴. نمودار قواعد و سیاست‌های ۳۵ کشور منتخب در حوزه شرکت‌های اجتماعی.....	۱۴
شکل ۵. نمودار فراوانی قواعد و سیاست‌های حوزه شرکت‌های اجتماعی در کشورهای منتخب.....	۱۴
شکل ۶. سیر تطور خط‌مشی‌گذاری در حوزه کسب و کارهای اجتماعی در دنیا.....	۱۵
شکل ۷. نمودار اشخاص حقیقی و حقوقی مرتبط با کسب و کارهای اجتماعی.....	۱۷
شکل ۸. نمودار سازمان‌هایی که می‌توانند به‌عنوان شرکت اجتماعی شناخته شوند، مشروط بر اینکه با شروط و شاخص‌های اتحادیه اروپا مطابقت داشته باشند.....	۱۹
شکل ۹. برخی از برچسب‌های کسب و کارهای اجتماعی در دنیا.....	۲۴



درس آموخته‌هایی از کسب و کار اجتماعی در دنیا (۱)؛ مرجع قانونی و شخصیت حقوقی

چکیده



در این حوزه تشریح شده است. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که کشورهای پیشرو در این زیست‌بوم، با اقداماتی نظیر «ایجاد چارچوب‌های قانونی و شخصیت حقوقی»، «انجام تحقیق و توسعه برای تقویت زیست‌بوم اجتماعی» و «برقراری ارتباط منطقی و حقوقی کسب و کارهای اجتماعی با بخش خصوصی برای انجام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها»، بسترهای مناسب برای فعالیت این کسب و کارها را فراهم کرده‌اند. در این راستا، به‌منظور سامان دادن به کسب و کارهای اجتماعی نوپا در ایران، محورهایی نظیر «ایجاد چارچوب قانونی برای کسب و کارها و شرکت‌های اجتماعی»، «تعریف و پذیرش شخصیت حقوقی جدید برای این نوع کسب و کارها»، «ایجاد سازوکار اعتبارسنجی و اعطای نشان به این کسب و کارها»، «حمایت مالی و مشوق‌های اقتصادی از این کسب و کارها» و «تشکیل و تقویت نهادهای حمایتی و تنظیم‌گر» پیشنهاد شده که شایسته است در دستور کار متولیان امر قرار گیرد.

کسب و کارهای اجتماعی، یکی از مهم‌ترین عناصر پیشرفت اجتماعی و اقتصادی در کشور به‌شمار می‌روند. بی‌توجهی به این نوع کسب و کارها منجر به سردرگمی کارآفرینان اجتماعی و فرار سرمایه‌های اجتماعی کشور خواهد شد. دفتر مطالعات اجتماعی مرکز پژوهش‌های مجلس در سلسله گزارش‌هایی این پدیده اجتماعی را بررسی کرده است. در گزارش اول با عنوان «مفهوم شناسی کسب و کارهای اجتماعی»، پس از شناسایی «شاخص»های شرکت‌های اجتماعی، تمایز میان «شرکت اجتماعی» با «کارآفرینی اجتماعی» و «نوآوری اجتماعی» و همچنین مرز آنها با «خیریه‌ها و تشکل‌های مردم‌نهاد» و «شرکت‌های تجاری» مشخص شد. در این گزارش نیز با استفاده از مطالعات اسنادی و تطبیقی، پس از بررسی «روند قانونگذاری» بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته دنیا، «قالب و شخصیت حقوقی»، «نشان‌ها، جوایز و برجسب‌های اجتماعی» و «سازوکار تولی‌گری»



بیان / شرح مسئله

کسب‌وکار اجتماعی، نوعی فعالیت اقتصادی پایدار است که هدف آن حل مشکلات اجتماعی، فرهنگی یا محیط زیستی است. این نوع از کسب‌وکارها به جای اولویت دادن به سود سهام‌داران، به دنبال خلق ارزش اجتماعی هستند. کسب‌وکار اجتماعی می‌تواند در زمینه‌های مختلفی مانند بهبود شرایط زندگی افراد آسیب‌پذیر، حمایت از محیط زیست، محرومیت‌زدایی از مناطق و ایجاد فرصت‌های شغلی فعالیت کند. به این ترتیب کسب‌وکار اجتماعی محملی می‌شود برای اتصال حوزه اجتماعی و حوزه اقتصادی که از خلال ارتباط نظام‌مند این دو حوزه، به حل مسائل اجتماعی مبادرت ورزیده است. اما شناخت نادرست کسب‌وکارهای اجتماعی و تفکیک نشدن قواعد حقوقی آنها از قواعد کسب‌وکارهای تجاری و مؤسسات خیریه‌ای، پیامدهای نامطلوبی در جامعه ایران به همراه داشته است. این وضعیت نابسامان، امکان فعالیت مناسب برای فعالان اجتماعی را به شکلی که بتوانند هم زندگی شایسته و رفاه مطلوب داشته باشند و هم مسائل اجتماعی را بسته به بضاعت‌شان مرتفع کنند، سلب کرده است. در حقیقت تعارضات و خلأهای قانونی موجود، باعث شکست و دل‌سردی فعالان این حوزه شده است.

نقطه نظرات / یافته‌های کلیدی

مطالعات و بررسی‌های انجام شده در خصوص استقرار و توسعه کسب‌وکارهای اجتماعی در کشورهای توسعه‌یافته دنیا (از جمله فرانسه، آلمان، ایتالیا، انگلستان، آمریکا، لهستان و یونان) حکایت از آن دارد که زیست‌بوم اجتماعی و بستر فعالیت این کسب‌وکارها بسیار مهم و پیچیده است. از این رو کشورهای مذکور موارد زیر را انجام داده یا در دستور کار خود قرار داده‌اند:

۱. ایجاد چارچوب‌های قانونی و شخصیت حقوقی،
۲. ایجاد سازوکار اعتبارسنجی و اعطای نشان (برچسب) اجتماعی،
۳. ترویج فرهنگ و آگاهی‌رسانی در حوزه کسب‌وکارهای اجتماعی،

۴. حمایت مالی و مشوق‌های اقتصادی از این کسب‌وکارها،
۵. تشکیل و تقویت نهادهای حمایتی و تنظیم‌گر،
۶. انجام تحقیق و توسعه برای تقویت زیست‌بوم اجتماعی کشور،
۷. فراهم کردن فرصت و تسهیل همکاری‌های بین‌المللی،
۸. برقراری ارتباط منطقی و حقوقی با بخش خصوصی برای انجام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها،
۹. توسعه مستمر و ایجاد نوآوری در مدل‌های کسب‌وکار اجتماعی.

پیشنهاد راهکارهای تقنینی، نظارتی یا سیاستی

با استفاده از درس آموخته‌های حاصل از بررسی کسب‌وکارهای اجتماعی در کشورهای توسعه‌یافته دنیا و به‌منظور توسعه زیست‌بوم اجتماعی ایران و بهبود وضعیت کسب‌وکارهای اجتماعی در کشور، پیشنهادهایی به شرح زیر مطرح می‌شود:

۱. تدوین قانونی جامع برای کسب‌وکارها و شرکت‌های اجتماعی (با مطالعه و بومی‌سازی الگوهای جهانی و ناظر به اقتضات خاص جامعه ایران و با مشارکت ذی‌نفعان و کسب‌وکارهای اجتماعی فعال در این حوزه)،

۲. تعریف و پذیرش شخصیت حقوقی جدید برای کسب‌وکارهای اجتماعی،

۳. ایجاد سازوکار ارزیابی و اعطای نشان اجتماعی برای کسب‌وکارهای اجتماعی (توسط نهادی مستقل (ترجیحاً

غیردولتی) و براساس یک سیستم اعتبارسنجی بومی و علمی)،

۴. تشکیل نهاد تنظیم‌گر و حامی غیردولتی که وظیفه تسهیلگری، حمایت و نظارت بر کسب‌وکارهای اجتماعی را برعهده دارد،

۵. طراحی الگویی از تسهیلات مالی و مشوق‌های اقتصادی برای کسب‌وکارهای اجتماعی در قالب مشوق‌های مالی، مانند وام‌های کم‌بهره، معافیت‌های مالیاتی و تسهیلات سرمایه‌گذاری،

۶. طراحی ارتباط قاعده‌مند کسب‌وکارهای اجتماعی با بخش خصوصی به‌منظور حل مشکل «تأمین مالی شرکت‌های اجتماعی» و در راستای «توسعه متوازن جامعه» و «وجهه‌سازی مثبت از شرکت تجاری».



۱. مقدمه

در آغاز هزاره جدید، محققان و رهبران کسب‌وکارها، درخصوص اعتبار و پایداری مفاهیمی چون ارزش، ثروت و بهره‌وری پرسش‌های مختلفی را طرح کردند. هم‌زمان در اتمسفر کسب‌وکارها، به مدت چند دهه ذهنیتی وجود داشت که «رشد به هر قیمتی» را توجیه می‌کرد و این ذهنیت باعث نارضایتی نخبگان اجتماعی و حتی دانشمندان اقتصادی شده بود. برای مثال فریدمن اظهار می‌کرد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها صرفاً از طریق توزیع منابع شرکتی دیگر جوابگو و امکان‌پذیر نیست و باید به‌گونه دیگری رفتار شود. در این فضا، مفهوم کسب‌وکار اجتماعی در اروپا با انتشار نشریه ایتالیایی «شرکت اجتماعی»^۱ در سال ۱۹۹۱ مطرح شد. براساس قانون «تعاونی‌های اجتماعی»^۲ که در همان سال توسط پارلمان ایتالیا به تصویب رسید، عملاً شخصیتی جدید از شرکت‌ها تأسیس و گونه دیگری از کسب‌وکارها در دنیا متولد شد [۱].

«کسب‌وکار اجتماعی»، شکلی از کسب‌وکار است که تعادلی بین اهداف اجتماعی و اهداف اقتصادی ایجاد می‌کند و در جایی بین تجارتي با حداکثر سود و فعالیتی کاملاً غیرانتفاعی قرار دارد. پروفیسور محمد یونس، برنده جایزه صلح نوبل و بنیانگذار اولین مؤسسه اعتباری اجتماعی (گرامین بانک)، کسب‌وکار اجتماعی را به‌صورت محدودتر به‌عنوان نوعی کسب‌وکار تعریف می‌کند که [۲]:

- هدف اصلی آن رسیدگی به یک مشکل اجتماعی است،
- از نظر مالی خودکفاست،
- به صاحبانش سود پرداخت نمی‌کند.

کسب‌وکارهای اجتماعی به‌عنوان یک پدیده پیچیده در اقلیم‌های متفاوت، تعاریف متنوع و کارویژه‌های متفاوتی نیز دارند. برای مثال در اروپا، کسب‌وکار اجتماعی به‌صورت سنتی جایگزینی برای خیریه‌ها در نظر گرفته می‌شد، درحالی‌که در ایالات متحده، کسب‌وکارهایی هستند که هم اهداف اجتماعی دارند و هم سودمحور هستند. بنابراین عنصر مشترک تمامی تعاریف، ایجاد تأثیر مثبت توسط کسب‌وکار در جامعه و حل یک مسئله اجتماعی است. آثار مثبت اجتماعی نیز مشتمل بر کاهش پیامدها و آثار منفی شرکت و ایجاد آثار مثبت اجتماعی در جامعه توسط آن است.

براساس آخرین تعریف ارائه شده توسط پارلمان اروپا در سال ۲۰۱۱، «یک کسب‌وکار اجتماعی در بستر اقتصاد اجتماعی فعالیت می‌کند که هدف اصلی آن به جای کسب سود برای مالکان یا سهام‌داران، ایجاد تأثیر اجتماعی است. این کسب‌وکارها با رعایت اصول کارآفرینی و نوآوری، کالا و خدمتی را تولید و در بازار عرضه می‌کنند. الگوی مدیریتی این نوع کسب‌وکار، مشارکت نهادمند کارکنان، مصرف‌کنندگان و ذی‌نفعان در اداره کسب‌وکار را ایجاب می‌کند [۱].

گزارش حاضر در پی شناسایی و بررسی قوانین و مقررات مرتبط با کسب‌وکارهای اجتماعی در اروپا و آمریکا است. قطعاً بررسی تجربیات موجود در این حوزه می‌تواند درس‌آموخته‌هایی مفید برای تصمیم‌گیرندگان و مدیران ارشد کشور داشته باشد. در نظر است در گزارش‌های آتی، «سازوکارهای حمایتی و نظارتی» حاکم بر کسب‌وکارهای اجتماعی در دنیا را بررسی کرده و پس از «تجربه‌نگاری کسب‌وکارهای اجتماعی در ایران»، «بسته‌سیاستی» مناسبی برای توسعه این نوع از کسب‌وکارها در کشور پیشنهاد شود.



۲-۱. سوابق مطالعاتی

باندیوپدهای و رای (۲۰۲۰)^۱، در مقاله‌ای با عنوان «بازاریابی شرکت اجتماعی: بررسی ادبیات نظری و آینده پژوهی»، چالش‌های شرکت‌های اجتماعی را با شرکت‌های تجاری مقایسه کردند و مدعی شدند که شرکت‌های اجتماعی از منظر بازاریابی با چالش‌های بیشتری مواجه هستند. «محدودیت منابع»، «کمبود مهارت» و «تفکرات سنتی» حاکم بر مؤسسان و مدیران شرکت‌های اجتماعی، اهم دلایل بروز این مسئله هستند. همچنین، مقاله پیشنهاد می‌کند که شرکت‌های اجتماعی برای مقابله با این چالش‌ها از تکنیک‌های بازاریابی کم‌هزینه و خلاقانه استفاده کنند [۳]. عزت‌آبادی پور، در «اصلاحیه پیش‌نویس قانون تشکل‌های اجتماعی» به مرزهای میان شرکت اجتماعی و تشکل اجتماعی اشاره کرده و در این راستا، تولید و فروش مستمر محصولات را توسط تشکل‌های اجتماعی بلاوجه و بی‌مورد دانسته است [۴]. وانگ، با استفاده از یک رویکرد مبتنی بر شواهد تجربی، به بررسی کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر اشتغال به‌عنوان راهکاری برای ارائه خدمات اجتماعی در چین می‌پردازد. با تمرکز بر اقتصاد سیاسی توسعه کارآفرینی اجتماعی در چین، وانگ ماهیت رابطه بین دولت و کارآفرینی‌های اجتماعی و تأثیرات این

روابط بر اثربخشی نهادی آنها را بررسی می‌کند. او با استفاده از یک رویکرد پایین به بالا، به بررسی شیوه‌های بومی تعبیه شده در بافت سیاسی محلی می‌پردازد. در سطح بین‌المللی توافق وجود دارد که مدل کارآفرینی اجتماعی، روش‌های جدیدی برای ارائه خدمات اجتماعی فراهم می‌کند که می‌تواند اقتصاد رفاه اجتماعی را تغییر و بازسازی کند. با این حال، مسیر توسعه در زمینه‌های اجتماعی مختلف، به‌ویژه در کشوری اقتدارگرا مانند چین، متفاوت است. این مطالعه، بینش‌هایی در مورد تلاش‌های چین برای توسعه بخش رفاه اجتماعی و احیای ایده‌های مرسوم در مورد چگونگی ارائه بهتر خدمات عمومی با توجه به اقتصاد سیاسی کشور ارائه می‌دهد [۵]. این کتاب برای محققان اقتصاد سیاسی چین و همچنین کسانی که علاقه‌مند به توسعه بخش کارآفرینی اجتماعی هستند، بسیار مؤثر و مفید خواهد بود. همچنین عزت‌آبادی پور و زرغام‌افشار (۱۴۰۳)، در گزارشی راهبردی، شاخص‌های کلیدی و متمایزکننده شرکت‌های اجتماعی از «خبریه‌ها»، «تشکل‌های مردم‌نهاد»، «شرکت‌های تجاری»، «کارآفرینی اجتماعی» و «نوآوری اجتماعی» را تبیین کرده‌اند [۴]. بخشی از پژوهش‌های انجام شده در حوزه کسب‌وکارهای اجتماعی در جدول زیر معرفی شده‌اند.

جدول ۱. پیشینه پژوهشی

پژوهشگر	تاریخ	عنوان	نام سازمان/ نهاد	توضیحات
باندیوپدهای و رای	۲۰۲۰	بازاریابی شرکت اجتماعی: بررسی ادبیات نظری و آینده پژوهی ^۲		شرکت‌های اجتماعی در مقایسه با شرکت‌های تجاری با چالش‌های بیشتری در زمینه بازاریابی مواجه هستند. این چالش‌ها، شامل محدودیت‌های منابع، ذهنیت‌های قدیمی و کمبود مهارت‌های بازاریابی است که تأثیرات منفی بر کارایی بازاریابی این شرکت‌ها دارد.
عزت‌آبادی پور و همکاران [۶]	۱۴۰۲	اصلاحیه پیش‌نویس قانون تشکل‌های اجتماعی	مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی	فعالان اجتماعی در بستر مؤسسات خیریه‌ای اجازه تولید محصولات اجتماعی و فروش آنها در بازار را ندارند و به دلیل محدودیت‌های قانونی کسب‌وکارهای اجتماعی برای بهره‌مندی از تسهیلات مالیاتی مجبور هستند، شخصیت حقوقی این مؤسسات را برگزینند.
وانگ [۵]	۲۰۲۴	کسب‌وکارهای اجتماعی در چین ^۳		در سطح بین‌المللی توافق وجود دارد که مدل کارآفرینی اجتماعی، روش‌های جدیدی برای ارائه خدمات اجتماعی فراهم می‌کند که می‌تواند اقتصاد رفاه اجتماعی را تغییر و بازسازی کند. با این حال، مسیر توسعه در زمینه‌های اجتماعی مختلف، به‌ویژه در کشوری اقتدارگرا مانند چین، متفاوت است.
عزت‌آبادی پور و زرغام‌افشار [۴]	۱۴۰۳	سلسله گزارش‌های تبیین و تنظیم کسب‌وکارهای اجتماعی (گزارش اول: مفهوم‌شناسی)	مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی	تعریف و شاخص‌های کسب‌وکار اجتماعی باید به گونه‌ای باشد که مرز میان «خبریه‌ها»، «تشکل‌های مردم‌نهاد»، «شرکت‌های تجاری» با «شرکت‌های اجتماعی» و همچنین مرز آن با «کارآفرینی اجتماعی» و «نوآوری اجتماعی» را نیز مشخص کند.
عزت‌آبادی پور [۷]	۱۴۰۳	آسیب‌شناسی مراکز مثبت‌زندگی	مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی	کسب‌وکارهای اجتماعی از منظرهای ساختار تأمین مالی، تعاملات نهادی، نظام جبران مدیران خدمات، ساختار، فرایندهای عملیاتی با مشکلات زیادی مواجه هستند.

1. Bandyopadhyay C, Ray S.

2. Social Enterprise Marketing: Review of Literature and Future Research Agenda

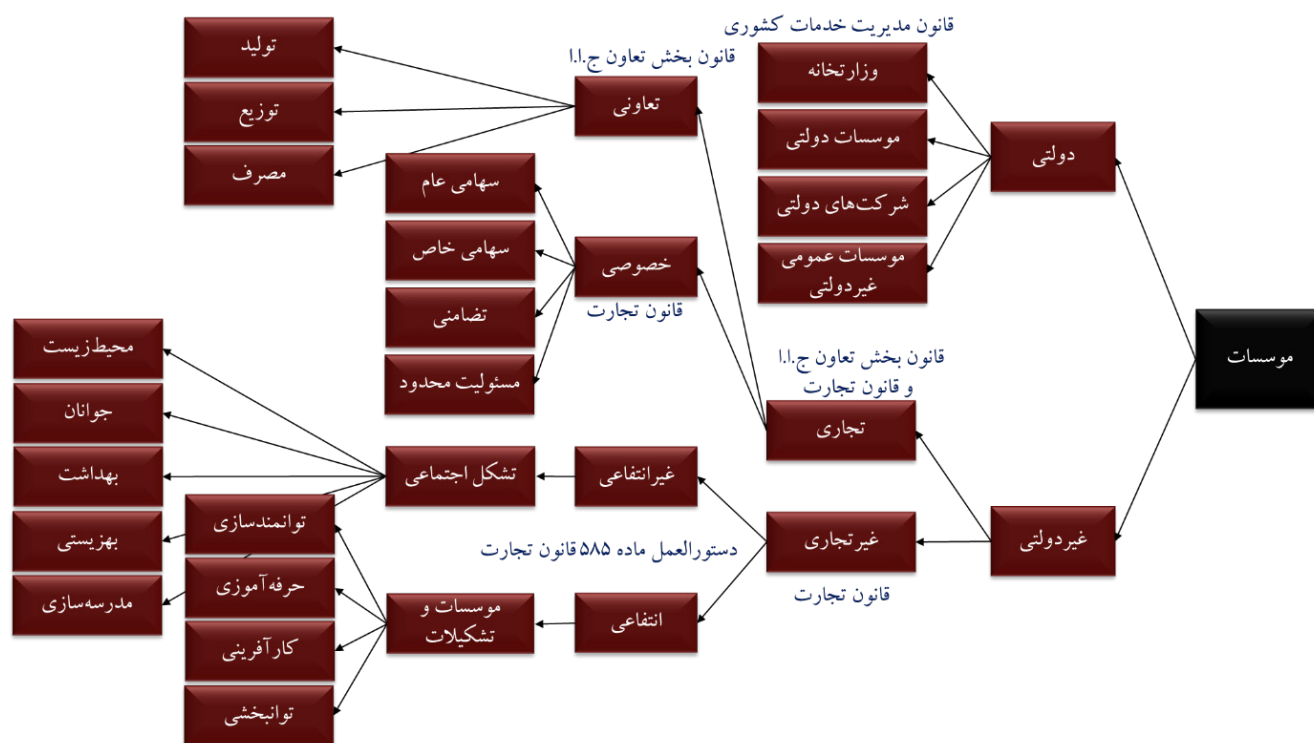
3. Social Enterprise In China

۲-۲. سوابق تقنینی

همان‌طور که در مقدمه گزارش بیان شد، کسب‌وکارهای اجتماعی شخصیت حقوقی مستقل و شناخته‌شده‌ای در نظام حقوقی و فضای کسب‌وکار کشور ندارند. در صورتی که مؤسسات حقوقی کشور را به دو بخش دولتی و غیردولتی تقسیم کنیم، **قانون مدیریت خدمات کشوری** قواعد حکمرانی و اداری و استخدامی مرتبط با اشخاص حقوقی عمومی اعم از وزارتخانه، مؤسسه و شرکت دولتی و نهادهای عمومی غیردولتی را تعیین کرده است [۷]. در **قانون تجارت** نیز الزامات و قواعد کاری شرکت‌های تجاری اعم از سهامی عام، سهامی خاص، تضامنی و مسئولیت محدود را تبیین کرده است [۸] شرکت‌های تعاونی

اعم از تولیدی و توزیعی در **قانون بخش تعاون جمهوری اسلامی ایران** تعیین تکلیف شده‌اند [۹]، اما تاکنون در نظام حقوقی ایران، هیچ قانونی برای سامان‌دهی امور مرتبط با مؤسسات غیرتجاری- غیردولتی اعم از انتفاعی و غیرانتفاعی تصویب نشده و صرفاً به چندین آیین‌نامه و دستورالعمل مصوب هیئت‌وزیران و بخشنامه‌های نهادهای انقلابی بسنده شده است که گاهی متعارض یکدیگر نیز هستند. لذا می‌توان بیان داشت که ساختارهای حقوقی و قانونی مربوط به فعالیت بنگاه‌های اقتصادی و تشکل‌های مردم‌نهاد در ایران از کفایت لازم برای فعالیت و اداره این نوع از کسب‌وکارها برخوردار نیست و با توجه به زیست‌بوم ایران ضرورت دارد خلأهای قانونی در این حوزه با بهره‌گیری از تجربه دیگر کشورها مرتفع شود.

شکل ۱. نمودار پیشینه قانونی پژوهش



مأخذ: یافته‌های محقق.

این‌گونه از مؤسسات را کسب‌وکار اجتماعی می‌داند. چه بسا پس از شناسایی شاخص‌های کمی و کیفی یک کسب‌وکار اجتماعی و تعریف حقوقی آن، مشخص شود که تمامی گونه‌های مؤسسات غیردولتی اعم از تجاری و غیرتجاری می‌توانند بر چسب کسب‌وکار اجتماعی را داشته باشند.

لازم به توضیح است که رفع خلأ قانونی به منزله بی‌توجهی به اصلاح قوانین موجود در سایر بخش‌ها نیست و به منظور بهبود بستر کسب‌وکارهای اجتماعی ممکن است بخش‌هایی از قانون تجارت نیز تغییر کند یا شخصیتی با عنوان تعاونی‌های اجتماعی به قانون بخش تعاون الحاق شود. مضافاً اینکه، تأکید بر رفع خلأ قانونی برای مؤسسات غیرتجاری غیردولتی به این معنا نیست که نگارنده، تنها

جدول ۲. تحلیل پیشینه تقنینی

ردیف	نام سند	مرجع تصویب	تاریخ تصویب	نکات برجسته
۱	قانون مدیریت خدمات کشوری	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۶	قواعد حکمرانی، اداری و استخدامی مرتبط با اشخاص حقوقی عمومی اعم از وزارتخانه، مؤسسه و شرکت دولتی و نهادهای عمومی غیردولتی.
۲	قانون تجارت	مجلس شورای اسلامی	۱۳۱۱	قواعد کاری شرکت‌های تجاری اعم از سهامی عام، سهامی خاص، تضامنی و مسئولیت محدود.
۳	قانون بخش تعاون جمهوری اسلامی ایران	مجلس شورای اسلامی	۱۳۷۰	قواعد کاری شرکت‌های تعاونی اعم از تولیدی و توزیعی.

مأخذ: یافته‌های محقق.

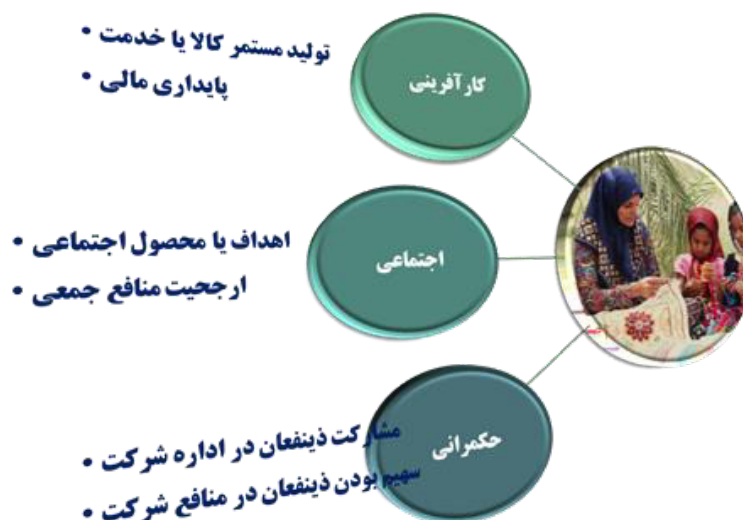
۳. کسب و کار اجتماعی

اجتماعی دسته‌بندی شوند. این انجمن در نهایت، بر اهمیت ایجاد تعادل بین اهداف اجتماعی و اقتصادی در کسب و کارهای اجتماعی تأکید می‌کند و بیان می‌دارد که همین تعادل باعث تمایز آنها از کسب و کارهای سنتی می‌شود [۸].

بر اساس گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۳ در سال ۲۰۲۲، شرکت اجتماعی با تعیین سه محور «کارآفرینی»، «سویه‌های اجتماعی» و «سویه‌های حکمرانی» تعریف می‌شود [۹].

«انجمن سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر اروپا»^۱ در سال ۲۰۱۰ پس از بررسی تعاریف مختلف کسب و کارهای اجتماعی، به فهمی جامع‌تری از این مفهوم رسید و کسب و کار اجتماعی را به‌عنوان یک سازمان یا بنگاه اقتصادی^۲ توصیف کرد که هدف اصلی آن، حل مسائل اجتماعی و بهبود وضعیت اجتماعی جامعه است، در حالی که به‌طور هم‌زمان درآمدزایی هم می‌کند. این نوع کسب و کارها ممکن است در یک طیف وسیع، از سازمان‌های غیرانتفاعی که فعالیت‌های درآمدزا دارند تا شرکت‌های خصوصی با مأموریت‌های گسترده

شکل ۲. نمودار شرکت اجتماعی از نگاه سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، (۲۰۲۲) [۹].



1. European Venture Philanthropy Association (EVPA)

۲. تذکر: بنگاه یا شرکت اجتماعی نقطه مقابل شرکت تجاری است. در واقع معادل مناسب برای شرکت اجتماعی در ایران، شرکت غیر تجاری است که با مکانیسم اقتصادی فعالیت می‌کند و در مقابل شرکت تجاری قرار می‌گیرد که اتفاقاً آن هم با مکانیسم اقتصادی کار می‌کند. در واقع هر دو نوع شرکت، بنگاه اقتصادی هستند یکی تجاری و دیگری غیر تجاری.

3. Organization For Economic Co-Operation And Development (OECD)



۱. کسب و کار اجتماعی مانند سمن‌ها و کنشگران اجتماعی به دنبال پاسخ‌گو کردن دیگران (دولت و بخش خصوصی) نیست و خودش برای حل یک مسئله اجتماعی پا به میدان می‌گذارد.
 ۲. کسب و کار اجتماعی با رویکرد باز توزیعی سنخیت ندارد. توزیع بسته‌های معیشتی و اعطای هدیه و پول به نیازمندان یکی از کارویژه‌های اصلی خیریه است و کسب و کار اجتماعی اساس فعالیت‌های خود را متوجه توانمندسازی و اشتغال‌زایی می‌کند.
 ۳. کسب و کار اجتماعی به دلیل وجود شکاف درآمدی ناشی از کم‌بازده بودن محصولات اجتماعی، از کمک‌های مادی اشخاص حقیقی و حقوقی بهره می‌برد، اما بخش اصلی ساختار تأمین مالی آن مبتنی بر کسب و کار است. به عبارت دیگر، بدون کمک‌های مادی دیگران نیز می‌تواند بقا داشته باشد.
 ۴. کسب و کار اجتماعی، منفعت اجتماعی را بر منفعت فردی و سازمانی ترجیح می‌دهد. در بستری، پول و سرمایه خود را هزینه می‌کند که سرمایه‌گذاری اقتصادی جذابیت زیادی ندارد و به جای «سود و ثروت»، «حال خوب و درآمد معقول» کسب می‌کند.
- ویژگی‌ها و شاخص‌های سنجش کسب و کار / شرکت‌های اجتماعی، باید در فرم و محتوا، مرز مشخصی میان شرکت‌های اجتماعی، شرکت‌های تجاری متعارف و خیریه‌ها ایجاد کند. در جدول ۳ به اختصار، تمایز میان این سه نهاد مشخص شده است.

در محور کارآفرینی، شرکت‌های اجتماعی باید بازارگرا بوده و درآمد ناشی از فعالیت‌های اقتصادی آنها باید بیش از ۲۵ درصد کل درآمد شرکت باشد. به عبارت دیگر درآمدهای شرکت‌ها عمدتاً از طریق فروش کالاها و ارائه خدمات به مشتریان یا اعضا و همچنین عقد قراردادهای عمومی حاصل می‌شود. البته این شرکت‌ها از عوامل تولید که ریشه در «اقتصاد پولی» دارند مانند کار دستمزدی، سرمایه و دارایی، استفاده حداقلی می‌کنند.

در محور اجتماعی، شرکت باید به اولویت‌ها و اهداف اجتماعی خود در اساسنامه شرکت تصریح کند و به آنها متعهد باشد. از منظر فعالان حاضر در شرکت‌های اجتماعی، اعمال محدودیت در توزیع سود مانع انحراف از اهداف اجتماعی شرکت می‌شود. در محور حکمرانی نیز، الگوی حکمرانی یا ساختار سازمانی شرکت باید متضمن منافع همه ذی‌نفعان در فرایندهای تصمیم‌گیری باشد [۹].

یک شرکت / کسب و کار اجتماعی باید چند شاخص و ویژگی را هم‌زمان داشته باشد. این شاخص‌ها، در واقع وجوه تمایز شرکت‌های اجتماعی با شرکت‌های متعارف تجاری و خیریه‌های باز توزیع‌کننده هستند. به عبارت دیگر، شرکت اجتماعی، کسب و کاری است که ادعا می‌کند برای اقدام عملی در جهت توانمندسازی جامعه پای به میدان گذاشته و در این مسیر نیز به دنبال سود و ثروت نیست. از این ادعا چند نکته بسیار مهم برداشت می‌شود [۴]:

جدول ۳. مقایسه مفهومی شرکت‌های اجتماعی با شرکت‌های تجاری و خیریه‌ها [۴]

شاخص	شرکت تجاری	شرکت اجتماعی	خیریه
موضوع فعالیت	اقتصادی	اجتماعی	اجتماعی
حکمرانی مشارکتی	اختیاری	اجباری	اجباری
مطالبه‌گری	×	×	✓
توزیع اعانات و کمک	✓	×	✓
جلب مشارکت مردمی	۰ درصد	محدود (مثلاً حداکثر ۳۰ درصد)	تا ۱۰۰ درصد
درآمدزایی از محل کسب و کار	۱۰۰ درصد	بیش از ۷۰ درصد	۰ درصد
معافیت مالیاتی	×	✓	✓
توزیع سود	✓	×	×

۲. از طریق تولید مستمر کالا یا خدمت و با سازوکار (مکانیسم) بازار کار می‌کند،
۳. منفعت جمعی بر منفعت فردی و سازمانی ارجحیت دارد،
۴. به صورت دمکراتیک اداره می‌شود.

وجه اشتراک تعاریف حقوقی احصا شده از مطالعات تطبیقی و ادبیات نظری در حوزه کسب و کارهای اجتماعی، مشتمل بر چند مؤلفه زیر است [۴]:

۱. برای حل یک مسئله اجتماعی ایجاد می‌شود،

۴. رویکرد دولت‌ها در قبال شرکت‌های اجتماعی

شرکت‌های اجتماعی در میان ۳۵ کشور از اعضای «انجمن سرمایه‌گذاری بشردوستانه اروپا» است.

در این بخش از گزارش، رویکردهای برخی از کشورهای منتخب در قبال شرکت‌های اجتماعی ارائه شده است. گزاره‌های این بخش برگرفته از نظرات مسئولان حوزه‌های مربوط به فعالیت

شکل ۳. نمودار رویکرد دولت‌های اروپایی در خصوص شرکت‌های اجتماعی



از کارآفرینی اجتماعی هم نمی‌دانند. آنها تکلیف خود را کاهش فقر دانسته و برای حل مشکلات اجتماعی به روش‌های جدید و نوآورانه تمرکز می‌کنند که البته شاید شرکت‌های اجتماعی هم یکی از این نوآوری‌های اجتماعی باشند. در نهایت گروه آخر بر این باورند که اگر همه نهادها به درستی رفتار کنند و فعالیت آنها موجب آسیب و زیان به سایرین نشود، مسائل اجتماعی نیز بروز نخواهد کرد، از این رو به جای شرکت‌های اجتماعی، تمرکز خود را معطوف به مسئولیت اجتماعی اشخاص (افراد، دولت، کسب و کارهای تجاری و غیر تجاری) می‌کنند [۸].

مأخذ: یافته‌های محقق. صاحب‌نظران ایتالیایی در حوزه کسب و کارهای اجتماعی معتقدند باید کسب و کارهای اجتماعی را شناسایی و با ابزارهای مالی و مالیاتی حمایت‌شان کرد. اکثر کشورهای عضو اتحادیه اروپا نیز از این رویکرد پشتیبانی می‌کنند. برخی از کشورهای غیر عضو اتحادیه اروپا و اکثر کشورهای آسیایی هنوز هیچ شکل حقوقی و قانونی برای کسب و کارهای اجتماعی ایجاد نکرده‌اند و بیشتر خود را ملزم به حمایت از کارآفرینان می‌دانند. آنها معتقدند که این کارآفرین است که در نهایت خلق ارزش اجتماعی می‌کند، از این رو حمایت از او در واقع حمایت از جامعه هدفی است که برای دولت نیز در اولویت قرار دارد. برخی دیگر از کشورها، خود را ملزم به حمایت

۵. قوانین و مقررات مرتبط با شرکت‌های اجتماعی در دنیا

و قانونی شرکت‌های اجتماعی بی تفاوت نبوده‌اند و برای آنها قانون یا مقرراتی وضع کردند.

بررسی سیاست‌ها، قوانین و مقررات کشورهای اروپایی^۱ بر اساس گزارش رسمی کمیسیون اروپا در سال ۲۰۲۰، حکایت از آن دارد که ۳۵ کشور عضو و غیر عضو اتحادیه اروپا نسبت به ساختار حقوقی

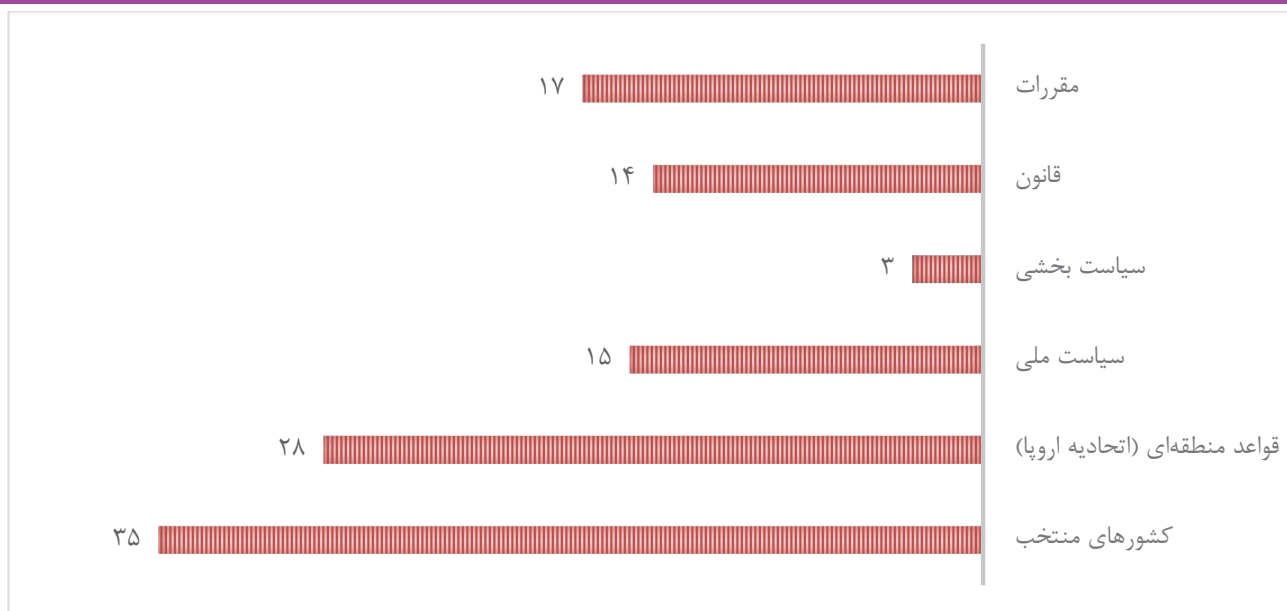
۱. برای اطلاع بیشتر به جدول شماره ۳ پیوست مراجعه کنید.

2. European Commission

کمیسیون اروپا، بازوی اجرایی مستقل اتحادیه اروپاست. این کمیسیون مسئول تهیه پیشنهادهای قانونی جدید اروپایی است و تصمیمات پارلمان اروپا و اتحادیه اروپا را اجرا می‌کند.



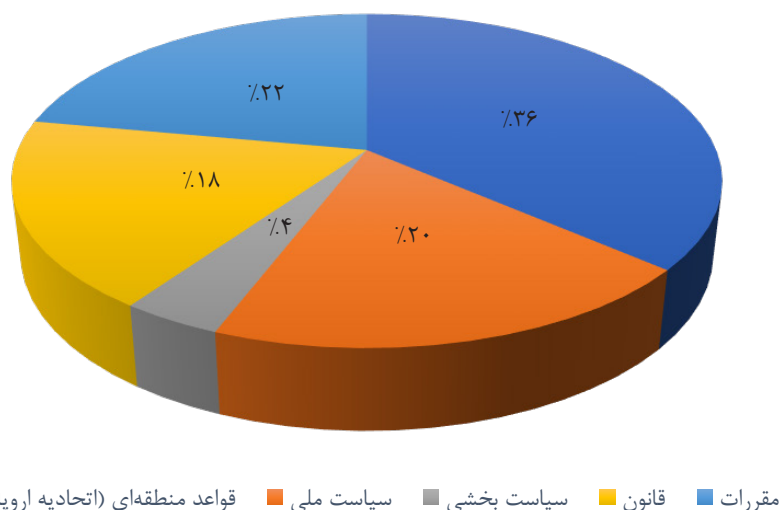
شکل ۴. نمودار قواعد و سیاست‌های ۳۵ کشور منتخب در حوزه شرکت‌های اجتماعی [۱۰]



اجتماعی و «مقررات» مرتبط با آن (آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی) را پوشش می‌دهند. گفتنی است این قبیل کشورها به سبب عضویت در اتحادیه اروپا از «قواعد منطقه‌ای» این اتحادیه در زمینه فعالیت شرکت‌های اجتماعی نیز تبعیت می‌کنند.

برخی از کشورهای توسعه‌یافته مانند انگلیس و فرانسه، گستره وسیعی از ضوابط را در خصوص شرکت‌های اجتماعی تدوین و تصویب کرده‌اند. از «سیاست‌های ملی» در خصوص اقتصاد اجتماعی گرفته تا «سیاست‌های بخشی» مرتبط با برنامه‌های استراتژیک در خصوص شرکت‌های اجتماعی، همچنین «قانون» شرکت‌های

شکل ۵. نمودار فراوانی قواعد و سیاست‌های حوزه شرکت‌های اجتماعی در کشورهای منتخب [۱۰]



بلندمدت این حوزه را در بستر سیاست‌های ملی، تنظیم و ابلاغ کرده‌اند. این آمار و اطلاعات حکایت از ضرورت سامان‌دهی بستر حقوقی شرکت‌های اجتماعی در کشورهای توسعه‌یافته اروپایی دارد.

همان‌طور که در شکل ۵ نیز مشاهده می‌شود بیش از یک‌سوم کشورهای اروپایی برای شرکت‌های اجتماعی خود، قوانین ویژه تصویب کرده‌اند و یک‌پنجم نیز برنامه‌های عملیاتی میان‌مدت و

جدول ۴. مقایسه منفعل‌ترین و فعال‌ترین کشورهای منتخب در زمینه قوانین و مقررات حوزه کسب‌وکارهای اجتماعی [۱۰]

کشور	تنوع قواعد و سیاست‌های حاکم	کشور	تنوع قواعد و سیاست‌های حاکم
ایسلند	۰	انگلستان	۵
ترکیه	۰	بلغارستان	۴
مقدونیه	۰	فرانسه	۴
نروژ	۰	لهستان	۴

اینکه شاخص‌های رفاهی و اجتماعی مردم در این کشورها همواره در صدر کشورهای جهان بوده، می‌توان این‌گونه برداشت کرد که اساساً به خدمات این نوع از شرکت‌ها نیاز ندارند یا اینکه زیست‌بوم کسب‌وکارهای اجتماعی در این کشورها به بلوغ رسیده و می‌تواند با خودتنظیمی و خودکنترلی به حیات خود ادامه دهد و نیاز به قانونگذاری در این زمینه هیچگاه احساس نشده است [۱۰].

از میان ۳۵ کشور بررسی شده، انگلستان تمامی اسناد حقوقی و قانونی فوق‌الذکر را تهیه و ابلاغ کرده است، پس از آن کشورهای فرانسه، لهستان و بلغارستان نیز جزء کشورهای پیشروی دنیا در این زمینه به‌شمار می‌آیند. کشورهایمانند ایسلند و نروژ که عضو اتحادیه اروپا نیز نیستند، هیچ مصوبه قانونی در ارتباط با تأسیس و فعالیت شرکت‌های اجتماعی نداشتند. تحلیل این بی‌توجهی به امر قانونگذاری در این حوزه، مستلزم بررسی است؛ لکن با توجه به

شکل ۶. سیر تطور خط‌مشی‌گذاری در حوزه کسب‌وکارهای اجتماعی در دنیا [۱۰]



لهستان^۲ و فرانسه^۳ نمونه‌هایی از این گروه کشورها هستند. در گام دوم لزوم قانونگذاری برای اشخاص حقوقی این حوزه (شرکت‌های اجتماعی) احساس شد و به همین سبب نیز پارلمان‌های این کشورها اقدام به قانونگذاری در این حوزه کردند. بعضی از احکام به قوانین موضوعه کشورها، مانند قانون «مالیات»، «بیمه» و «کار»^۴ الحاق یا اصلاح شد. در برخی از کشورها برای

بررسی سیر قانونگذاری در حدود ۵۰ کشور جهان در حوزه کسب‌وکارهای اجتماعی حکایت از وجود یک سیر منطقی خط‌مشی‌گذاری دارد. هرچند خط‌مشی‌های این حوزه در دنیا بسیار جوان و عموماً سبکه‌ای کمتر از ۵۰ سال دارند، لکن همین بازه محدود نیز چهار دوره اصلی را طی کرده است. در گام اول، احکامی محدود برای تسهیل و تنظیم فعالیت این کسب‌وکارها در دولت تصویب شد.^۱

۱. مقرراتی برای یک وزارتخانه یا یک ایالت خاص یا مصوبه هیئت‌دولت برای کل کشور.

2. Poland (1990): Act On Vocational And Social Rehabilitation And Employment Of Pwds

3. France (1990): Support For Social And Professional Integration

4. France (1991): Law On Employment



شرکت در سرتاسر جهان اعطا شده است [۹]. مرحله آخر از این سیر (که محدود به ۵ سال اخیر است)، مشمول کشورهایمانند فرانسه و انگلستان می‌شود که بسته حقوقی منسجم و کاملی در خصوص تأسیس و فعالیت شرکت‌ها یا کسب‌وکارهای اجتماعی دارند. همچنین اقدام به تدوین برنامه‌های استراتژیک^۸ و برنامه‌های اقدام^۹ میان و کوتاه‌مدت کرده‌اند [۱۱] تا بستر اجرایی شدن قوانین وضع شده را فراهم کرده و در یک برنامه معین، اهداف مشخصی را نیز کسب کنند [۱۰].

شایان توجه است که برخی از کشورها، سیر یاد شده را دوره به دوره طی نکرده‌اند. برای مثال کشوری مانند لوکزامبورگ بدون سپری کردن دوره اول، اقدام به تصویب قانون شرکت‌های اجتماعی کرد یا کشوری مانند لتونی از همان ابتدا و بدون توجه به سایر مراحل، برچسب اجتماعی بی‌کوپ را برای کسب‌وکارهای اجتماعی کشورش پذیرفت. از این رو، ترسیم سیر تطور خط‌مشی‌گذاری در حوزه کسب‌وکارهای اجتماعی به معنای الزام‌آور بودن رعایت ترتیب و فرایند آن نیست.

شرکت‌های اجتماعی یا تعاونی‌های اجتماعی،^۱ قوانینی ویژه به تصویب رسید و در موارد معدودی نیز مانند فرانسه و کشورهایی که ساختار حقوقی مشابه با آن دارند، قوانینی برای بخش سوم اقتصاد یا اقتصاد اجتماعی^۲ تصویب شد که قوانین بالادستی برای کسب‌وکارهای اجتماعی به حساب می‌آیند.

در گام سوم و پس از توسعه زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی در این کشورها، برچسب^۳ اجتماعی برای الصاق به اشخاص حقوقی غیر از شرکت‌های اجتماعی نیز در دستور کار قرار گرفت. در این دوره، بسیاری از کشورها هم شخصیت حقوقی مستقلی برای شرکت‌های اجتماعی داشتند و هم برچسبی ایجاد کرده بودند که سایر اشخاص حقوقی مانند انجمن‌ها، بنیادها، تعاونی‌ها و شرکت‌های تجاری متعارف را نیز اجتماعی معرفی می‌کرد^۴ [۱۰]. برخی از این برچسب‌ها مانند «برچسب اقتصاد اجتماعی اروپا»^۵ برچسبی اختیاری و مورد تأیید برای منطقه جغرافیایی تحت پوشش اتحادیه اروپاست و برخی نیز مانند برچسب داوطلبانه بی‌کوپ^۶ که توسط مؤسسه بی‌لب^۷ به صورت بین‌المللی برای تمام شرکت‌ها و مؤسسات فعال در دنیا صادر می‌شود و تاکنون به بیش از ۸ هزار

۶. اشکال حقوقی شرکت‌های اجتماعی



می‌دهند [۱۲]. به گفته الکس نیکولز، از مرکز کارآفرینی اجتماعی اسکال،^{۱۰} «شرکت‌های اجتماعی عموماً نسبت به اشکال قانونی بی‌اعتنا هستند» [۱۳].

پارلمان اروپا، ۹ شکل متفاوت قانونی را برای شرکت‌های اجتماعی در ۳۱ کشور اروپایی شناسایی و تأیید کرده است. این شرکت‌ها، طیف وسیعی از اشخاص حقوقی سنتی مانند تعاونی و انجمن‌ها گرفته تا مدل‌های تجاری مدرن مانند شرکت‌های سهامی خاص را شامل می‌شوند. بر این اساس، پارلمان اروپا، تحدید کسب‌وکار اجتماعی به یک شخصیت حقوقی را کاری عبث و بی‌خاصیت

تعاریف قانونی و اشکال حقوقی صرفاً برای ارتقای عملکرد کسب‌وکارهای اجتماعی ایجاد می‌شوند. در هر کشوری که اشکال قانونی برای شرکت‌های اجتماعی وجود ندارد، بسیاری از فعالان اجتماعی به عنوان اشخاص حقوقی تجاری یا عام‌المنفعه از کمک‌های مالی، وام‌ها، خدمات پشتیبانی، معافیت‌های مالیاتی، قراردادهای دولتی و غیره، استفاده می‌کنند. برخی از کسب‌وکارهای اجتماعی ساختار و شخصیت حقوقی خود را به صورت سلیقه‌ای و غیرمستدل انتخاب می‌کنند و برخی دیگر نیز در مراحل مختلف توسعه، شخصیت حقوقی خود را تغییر

1. France (2001): Law on Collective Interest Cooperative Societies (SCIC)

2. France (2014): Framework Law on Social and Solidarity Economy

3. Label

5. European Social Economy Label

6. B Corp

7. B Lab

8. Strategic Plan

9. Action Plan

10. Alex Nicholls of the Skoll Centre for Social Entrepreneurship

۴. کشورهای هلند، آلمان، فنلاند، اتریش، لهستان، بریتانیا در اتحادیه اروپا از این برچسب‌ها بهره می‌برند.

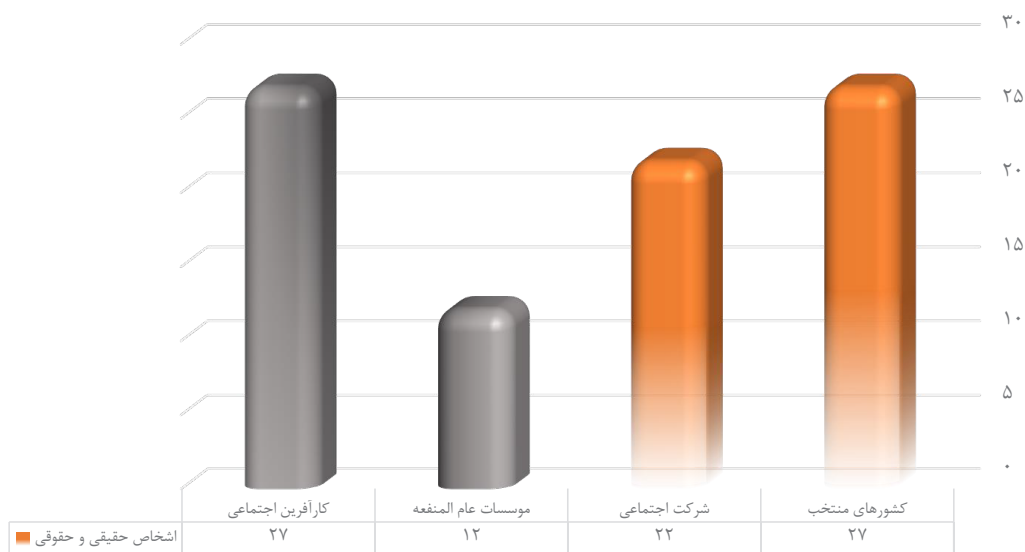
کشورهایی مانند بلژیک، فرانسه، آلمان، یونان، ایتالیا، لتونی، اسپانیا، بریتانیا، «شرکت اجتماعی» را به‌عنوان یک گروه جدید از اشخاص حقوقی کشور پذیرفته‌اند. کشورهایمانند اتریش، بلژیک، بلغارستان، کرواسی و فنلاند نیز الگوی طرح ادغام کاری آن را به‌عنوان شخصیت حقوقی مستقل شرکت‌های اجتماعی انتخاب کردند. در این مدل، شرکت اجتماعی با مشارکت و همکاری اقشار خاص (فقرا، افراد دارای معلولیت، زنان بی‌سرپرست و آسیب‌دیده و...) ایجاد می‌شوند و با مشارکت آنها نیز فعالیت می‌کنند. در این الگو، افراد معمولی با اقشار خاص ادغام می‌شوند تا هم از طرد اجتماعی این افراد ممانعت شود و هم از طریق همکاری با افراد معمولی مهارت‌های اجتماعی، رفتاری و شغلی را به سرعت آموزش ببینند و به توانمندی و خوداتکایی برسند. کشورهایی مانند استونی، رومانی و ترکیه، شخصیت حقوقی جدیدی تأسیس نکردند و از قالب حقوقی خیریه و نهادهای عام‌المنفعه برای کسب‌وکارهای اجتماعی بهره‌برده‌اند. در نهایت کشورهایمانند فرانسه، آلمان، ایتالیا و یونان نیز هر سه مدل را مشروع و مقبول دانسته‌اند. به‌عبارت‌دیگر در این کشورها یک کارآفرین بدون نیاز به تأسیس یک شخصیت حقوقی می‌تواند اقدام به کسب‌وکار اجتماعی کند، همچنین شخصیت حقوقی شرکت یا تعاونی اجتماعی نیز برای فعالیت نهادمند فعالان اجتماعی تبیین شده و در نهایت مؤسسات عام‌المنفعه نیز می‌توانند با رعایت قوانین و مقررات مربوطه برای تولید محصول اجتماعی اقدام کنند [۱۰].

می‌داند. با این حال، اذعان می‌کند که وجود اشکال قانونی خاص برای شرکت‌های اجتماعی می‌تواند برای توسعه این حوزه مؤثر باشد. بروز نشانه‌هایی در برخی از کشورها نیز این ادعا را تأیید می‌کند. برای مثال، ایجاد فرم «شرکت با منافع جمعی»^۱ در بریتانیا یک تأییدیه موثق بر این ادعاست، همچنین تدوین و تصویب دستورالعمل شرکت‌های اجتماعی ایتالیا در سال ۲۰۰۶، نمونه دیگری از این نشانه‌هاست [۱۴]. چنین اقداماتی می‌تواند محرکی در جهت توسعه این حوزه باشد. زیرا به‌صورت قانونی یک تعریف صریح و مستند از شرکت‌های اجتماعی تعیین می‌کند که امکان ثبت رسمی آنها را فراهم می‌کند؛ امری که منجر به دیده شدن این بخش در بستر حکمرانی و اداره امور عمومی کشور می‌شود. مطمئناً بی‌توجهی به اهمیت ایجاد یک شخصیت حقوقی متناسب با ماهیت کسب‌وکارهای اجتماعی می‌تواند مانع رشد آنها در جامعه شود. چالشی که تا چند سال گذشته در کشور لتونی بسیار مشهود بود و دولت‌مردان را مجبور به سیاستگذاری در این حوزه کرد [۱۵].

۱-۶. وضعیت حقوقی و اشکال قانونی شرکت‌های اجتماعی

شخصیت حقوقی یک کارآفرین اجتماعی در ۲۷ کشور اروپایی پذیرفته شده و قواعدی برای تسهیل فعالیت او تدوین شده است. بیش از ۸۰ درصد این کشورها، شخصیت حقوقی ویژه‌ای برای تأسیس و فعالیت کسب‌وکارهای اجتماعی ایجاد کرده‌اند.

شکل ۷. نمودار اشخاص حقیقی و حقوقی مرتبط با کسب‌وکارهای اجتماعی [۱۰]



1. CIC
2. Work Integration and Social Enterprises (WISE)



۲-۶. اشکال قانونی مورد استفاده شرکت‌های اجتماعی

بر اساس بررسی‌های کمیسیون اروپا در سال ۲۰۲۰، کشورهای عضو و غیرعضو اتحادیه اروپا به صورت کاملاً اختیاری «توصیه‌نامه اروپا برای شرکت‌های اجتماعی»^۱ را اجرا می‌کنند که اجرای آن به منزله پذیرش امکان وضعیت^۲ اجتماعی برای تمامی قالب‌های نهادی و الحاق «برچسب اجتماعی»^۳ به آنهاست. به عبارت دیگر، این برچسب مشخص می‌کند که یک کسب و کار می‌تواند «شرکت اجتماعی» نباشد، اما حدودی از شاخص‌های آن را داشته باشد و به میزان رعایت این شاخص‌ها، درجاتی^۴ از این برچسب را دریافت کند. در نهایت، متناظر با رتبه مأخوذه از حمایت‌های مالی و اداری کشورهای عضو اتحادیه اروپا بهره‌مند شود. شایان توجه است که اجرای این توصیه‌نامه به معنای رهایی کسب و کارهای اجتماعی از قوانین محلی و موضوعه کشورهای میزبان این کسب و کارها نیست و آنها ملزم به رعایت قوانین محلی کشورها، در زمینه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی نیز هستند.

در میان ۳۵ کشور اروپایی که قوانین و مقررات خاص برای کسب و کارهای اجتماعی داشتند، اشخاص حقوقی متعددی حائز برچسب اجتماعی شده‌اند. برخی از این اشخاص در «بخش خصوصی» تعریف می‌شوند؛ مانند شرکت‌های «با مسئولیت محدود»^۵، «تضامنی»^۶ و «سهامی خاص»^۷ که در کشورهای انگلستان، اتریش، نروژ و فنلاند بیشتر رواج دارند. در بعضی از کشورها، عناوین مشخص یا گونه‌های خاصی از اشخاص ذیل بخش خصوصی در حوزه کسب و کارهای اجتماعی فعالیت می‌کنند. مانند «کارگاه‌های حفاظتی»^۸ در مونته‌نگرو و «مشارکت متقابل»^۹ در لوکزامبورگ.

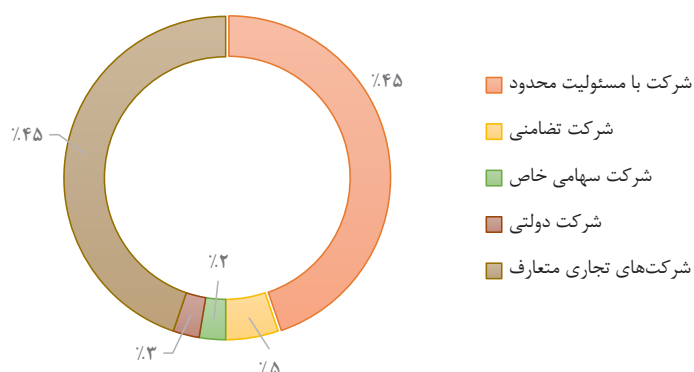
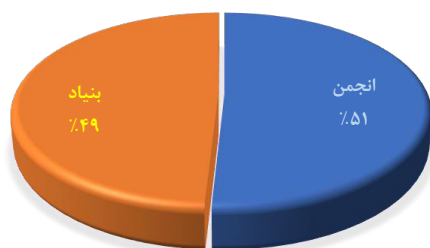
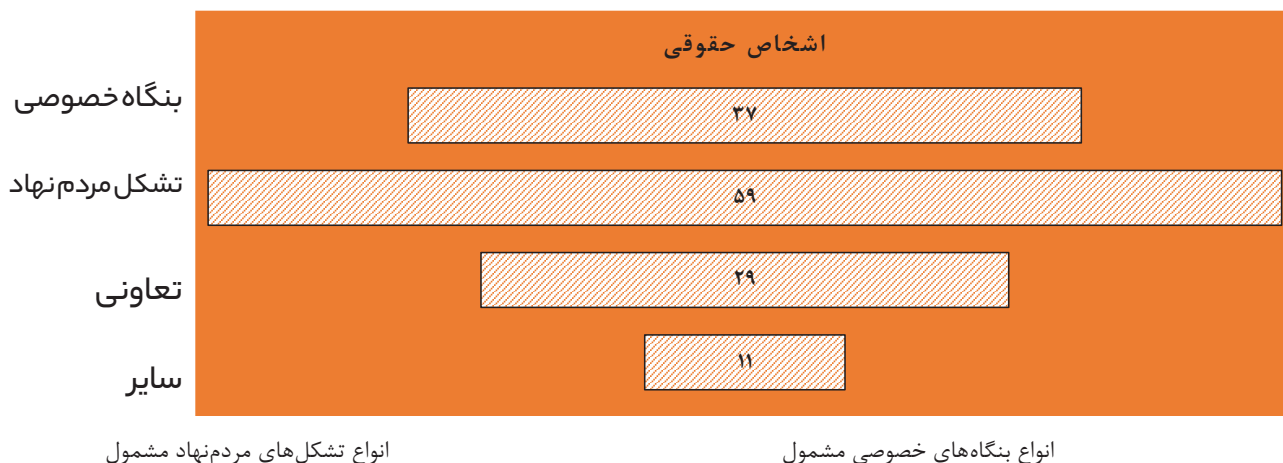
برخی دیگر از اشخاص حقوقی نیز در «بخش تعاونی» کشورهای اروپایی جای می‌گیرند. این گروه بیشترین فراوانی را از نظر تعداد، در میان اشخاص حقوقی حائز برچسب اجتماعی در اروپا دارند. ایتالیا، فرانسه، یونان و هلند موفق‌ترین تعاونی‌های اجتماعی^{۱۱} را در این میان دارند. برخی از این کشورها برای تعاونی‌های اجتماعی خود نیز عنوان متمایزی را برگزیده‌اند. برای مثال در یونان، «تعاونی اجتماعی با مسئولیت محدود»^{۱۱} و «تعاونی‌های مدنی»^{۱۲} ایجاد شده است.

گروه دیگر نیز اشخاص حقوقی ذیل «بخش مردمی» هستند. انجمن‌ها، بنیادها، مؤسسات عام‌المنفعه و خیریه‌ها هم این اشخاص حقوقی هستند. برای مثال در بلغارستان، انجمن‌هایی با عنوان «چیتالیشتا»^{۱۳} در حوزه اشتغال‌زایی افراد دارای معلولیت^{۱۴} فعال هستند. در کشور چک «شرکت‌های عام‌المنفعه»^{۱۵} اقدام به کسب و کار اجتماعی می‌کنند. «انجمن‌های تجاری»^{۱۶} در استونی، «بنیادهای خصوصی»^{۱۷} در کرواسی و «سازمان‌های غیرانتفاعی کارآفرینی»^{۱۸} در لهستان تشکل‌های اجتماعی خاصی هستند که توانسته‌اند برچسب اجتماعی را اخذ کنند.

در کشور لیتوانی، «شرکت‌های دولتی» هم می‌توانند برچسب اجتماعی را دریافت کنند. در نهایت، ذکر این نکته مهم است که بیشتر این کشورها نیز ترکیبی از این اشخاص را در زیست‌بوم اجتماعی خود جای داده‌اند. برای مثال در فرانسه، انگلیس و ایتالیا، هم «شرکت اجتماعی» وجود دارد و هم شرکت‌های خصوصی، تعاونی و انجمن‌ها با «برچسب اجتماعی» در حال فعالیت در این زیست‌بوم هستند.

- 1.Recommendations to the Commission on a Statute for Social and Solidarity-Based Enterprises
- 2.Status
- 3.Social Label
- 4.Grade
- 5.Limited Liability Company (LLC)
- 6.Companies Limited by Guarantee (CLG)
- 7.Companies Limited By Share (CLS)
- 8.Protective Workshops
- 9.Mutuals
- 10.Social Cooperation
- 11.Limited Liability Social Cooperatives (KoiSPE)
- 12.Civil Cooperatives
- 13.Chitalishta (Cultural Community Centres)
- 14.Enterprises of PWDs = People with Disabilities.
- 15.Public Benefit Companies
- 16.Commercial Associations
- 17.Private Foundations
- 18.Entrepreneurial non-Profit Organisations (ENPOs)

شکل ۸. نمودار سازمان‌هایی که می‌توانند به‌عنوان شرکت اجتماعی شناخته شوند، مشروط بر اینکه با شروط و شاخص‌های اتحادیه‌ار و با مطابقت داشته باشند [۱۰]



کشورها بدون محدودیت می‌توانند برچسب اجتماعی را اخذ کنند. به عبارت دیگر براساس آمار و اطلاعات موجود در حدود نیمی از کشورهای بررسی شده، هیچ محدودیتی برای اعطای برچسب به بنگاه‌های تجاری خود ندارند. کسب‌وکار اجتماعی در قالب انواع انجمن و بنیاد نیز در میان کشورهای مذکور به یک میزان مورد اقبال فعالان اجتماعی قرار گرفته است.

همان‌گونه که در شکل ۸ نیز مشاهده می‌شود تشکل‌های مردم‌نهاد بیشترین فراوانی را در میان اشکال حقوقی حائز برچسب اجتماعی دارند. پس از آن، انواع شرکت‌ها و بنگاه‌های خصوصی و تعاونی‌ها هستند.^۱ در میان شرکت‌های تجاری نیز «شرکت با مسئولیت محدود» رواج بیشتری دارد. منظور از شرکت تجاری متعارف در شکل فوق، تمامی انواع شرکت‌های تجاری هستند که در برخی از

۱. شایان توجه است که این گزاره به معنای تعداد زیاد این‌گونه از اشخاص نیست، بلکه بررسی‌های اجمالی حکایت از آن دارد که تعداد تعاونی‌های اجتماعی با وجود اینکه تنوع کمتری دارند و کشورهای کمتری از این الگو استفاده می‌کنند، اما تعداد این تعاونی‌ها در اروپا نسبت به سایر شرکت‌های تجاری حائز برچسب اجتماعی، بیشتر است.



۷. برچسب اجتماعی کسب و کارها



«بین‌المللی» تقسیم می‌شوند. در گروه اول، کشورهایی مانند اتریش، فنلاند، آلمان، هلند، لهستان و بریتانیا هستند که برچسب‌هایی مختص کسب و کارهای اجتماعی فعال در کشورهای خودشان طراحی کرده‌اند. گروه دوم، در اتحادیه اروپا با «برچسب اقتصاد اجتماعی اروپا»^۲ تعریف می‌شوند که توسط شبکه‌های ارزیابی برجسته‌ای مانند «شرکت اجتماعی هلند» و «شبکه اقلیدس» طراحی شده و تقریباً تمامی کشورهای عضو اتحادیه آن را پذیرفته‌اند که البته این پذیرش کاملاً اختیاری بوده است [۱۶]. تنها عضو گروه سوم نیز، گواهی بی‌کربن^۳ است که توسط مؤسسه بین‌المللی بی‌لب^۴ در آمریکا و شعب اروپایی آن اعطا می‌شود و تمامی شرکت‌های دنیا با تمامی قالب‌های حقوقی در صورت احراز شرایط می‌توانند این برچسب را دریافت کنند [۱۷].

برچسب اجتماعی کسب و کارها، نشانی است که میزان رعایت شاخص‌های اجتماعی در یک کسب و کار را نشان می‌دهد. در واقع این برچسب، وضعیتی و رای یک شخصیت حقوقی در زیست‌بوم اجتماعی ایجاد می‌کند. وضعیتی که «شرکت اجتماعی» را به‌عنوان گونه‌ای از کسب و کارهای اجتماعی معرفی می‌کند که بیشترین شاخص‌های اجتماعی را رعایت می‌کند. پس کسب و کارهای اجتماعی دیگری نیز وجود دارند که فارغ از شخصیت حقوقی^۱ می‌توانند حدودی از اجتماعی‌بودگی را احراز کنند و برچسب یا نشان اجتماعی را اخذ کنند. نهادهای معدود و انگشت‌شماری در دنیا هستند که این نشان را به کسب و کارها اعطا می‌کنند. در ادامه به آنها اشاره شده است. برچسب‌های اجتماعی به سه گروه «داخلی»، «منطقه‌ای» و

جدول ۵. کشورهای دارای علائم، وضعیت، برچسب یا گواهی‌نامه غیردولتی ویژه برای شرکت‌های اجتماعی (محقق ساخته)

کشور	نام طرح	مرجع صدور گواهی‌نامه	بررسی اجمالی	مقیاس مشارکت
اتریش	برچسب کیفیت برای شرکت‌های اجتماعی ^۵	مؤسسه ورک‌پلاس ^۶ شبکه وایز ^۷	این نشان به شرکت‌هایی ^۸ تعلق می‌گیرد که شاخص‌های کیفی خاصی داشته باشند. این برچسب از سال ۲۰۱۴ در نظام مدیریت کیفیت تعالی سازمانی ^۹ طبقه‌بندی شده است.	این علامت در سال ۲۰۱۰ معرفی شده و تا سال ۲۰۱۹ به ۳۶ شرکت اعطا شده است.
فنلاند	علامت شرکت اجتماعی ^{۱۰}	انجمن کار فنلاند ^{۱۱}	این علامت شرکت‌های اجتماعی را تفکیک و طبقه‌بندی می‌کند. ترویج و مشاوره («کسب و کار اجتماعی») را مأموریت خود می‌داند. این علامت به همه انواع سازمان‌ها فارغ از نوع شخصیت حقوقی‌شان تخصیص داده می‌شود، مشروط بر اینکه معیارهای تعیین‌شده را داشته باشند.	از زمان معرفی آن در سال ۲۰۱۲، تعداد نشان‌ها مستمراً در حال افزایش بوده و تا سال ۲۰۱۸ به ۲۱۸ شرکت اعطا شده است.
آلمان	((ورکت)) ^{۱۲} (این کار می‌کند / مؤثر است) ^{۱۳}	مؤسسه سرمایه‌گذاری عام‌المنفعه فیننو ^{۱۴}	این برچسب، کارآفرینی اجتماعی بادوام و مؤثر را که شایسته توجه سرمایه‌گذاران تأثیر اجتماعی است، شناسایی و از سایرین متمایز می‌کند. سازمان‌ها درخواست می‌کنند در فرایند غربالگری چند مرحله‌ای قرار گیرند و بازخورد ارزیابی اثربخشی اجتماعی را برای بهبود تأثیر خود از فیننو دریافت می‌کنند.	این علامت در سال ۲۰۰۹ معرفی شد. تا سال ۲۰۱۹ در حدود ۲۷۰ شرکت این برچسب را دریافت کردند که این تعداد، حدود ۲۰ درصد از متقاضیان ارزیابی را شامل می‌شود.

۱. تعاونی، انجمن، بنیاد، شرکت سهامی خاص، شرکت تضامنی و سایر موارد مشابه.

2. Benefit Corporations For Its Social Impact

3. B-Corp

4. B-Lab

5. Gütesiegel für Soziale Unternehmen

6. Work Plus: <https://arbeitplus.at/>

7. Network Of Working Integration Social Enterprise (Network Of WISEs): <https://www.ensie.org/>

۸. شرکت‌هایی که به‌موجب مشارکت اقشار خاص مانند معلولان و زنان آسیب‌دیده در تأسیس و فعالیت شرکت و ادغام اجتماعی ایشان با افراد معمولی در محیط کار به‌عنوان «شرکت‌های ادغام‌کاری» یا همان (Working Integration Social Enterprise WISE) شناخته می‌شوند.

9. EFQM

10. Social Enterprise Mark

11. Association for Finnish Work

12. Wirkt!

13. Wirkt ("It works") = این جواب می‌دهد

14. PHINEO

کشور	نام طرح	مرجع صدور گواهینامه	بررسی اجمالی	مقیاس مشارکت
هلند	علامت شرکت اجتماعی	شبکه شرکت‌های اجتماعی هلند ^۱	این شبکه در حال بررسی امکان‌سنجی یک کد ملی رسمی برای شرکت‌های اجتماعی است تا اطمینان حاصل کند که سازمان‌هایی که خود را شرکت اجتماعی می‌نامند از اصول آن حوزه نیز پیروی می‌کنند.	در حال استقرار ^۲
لهستان	علامت اقتصاد اجتماعی ^۳	بنیاد ابتکارات اجتماعی و اقتصادی فایز ^۴	این جایزه به سازمان‌هایی اعطا می‌شود که در مسابقه سالیانه «بهترین شرکت اجتماعی سال» ^۵ فینالیست شوند. همه انواع سازمان‌ها می‌توانند در این فرایند حضور داشته باشند.	این گواهی در سال ۲۰۱۱ معرفی شد و ظرف مدت ۸ سال (تا سال ۲۰۱۹) تنها به ۱۸ شرکت تعلق گرفت.
بریتانیا	نشان شرکت اجتماعی	مؤسسه نشان شرکت اجتماعی	این علامت تضمینی است بر اینکه یک شرکت اجتماعی تعهداتی بیش از سایر شرکت‌های تجاری برعهده دارد و به ایجاد منافع برای مردم و محیط زیست متعهد است. اعتبارنامه «شرکت با منافع جمعی» ^۶ در سطح بین‌المللی به رسمیت شناخته شده و قابل دسترسی برای تمام شرکت‌های دنیا نیز است.	این علامت در سال ۲۰۱۰ معرفی شد. براساس گزارش سال ۲۰۱۴ آن مؤسسه، حدود ۳۲۰ شرکت این علامت را در بریتانیا دریافت کرده‌اند.
اتحادیه اروپا	برچسب اقتصاد اجتماعی اروپا ^۷	ایبیم ^۸ شبکه اقلیدس ^۹	این دو نهاد رأساً، برچسب یا نشانی به هیچ کسب‌وکاری اعطا نمی‌کنند، اما از طریق جمع‌آوری اطلاعات و سنجش آنها، میزان آثار اجتماعی آنها را محاسبه و نتایجش را در شبکه‌های جهانی خود منتشر می‌کنند.	اطلاعاتی در این خصوص احصا نشد.
آمریکا	گواهی بی‌کرپ ^{۱۰}	مؤسسه بین‌المللی غیرانتفاعی بی‌لب ^{۱۱}	این علامت، خاستگاه آمریکایی دارد و توسط شعبه اروپایی خود در تعداد زیادی از کشورهای اتحادیه اروپا از جمله اتریش، کشورهای حوزه بنلوکس، جمهوری چک، دانمارک، فنلاند، فرانسه، آلمان، یونان، مجارستان، ایرلند نیز اعطا می‌شود. تا پایان سال ۲۰۲۳ بیش از ۲۸۵ هزار ارزیابی از شرکت‌ها، انجام داده است.	این علامت در سال ۲۰۰۶ ایجاد شد و بیشتر در آمریکای شمالی و اروپا فعالیت می‌کند. تا پایان سال ۲۰۲۳ به تعداد ۸۰۵۱ شرکت درجات مختلف این برچسب را دریافت کردند.

مأخذ: یافته‌های محقق.

عملکرد کسب و کار است. کسب و کارهایی که این معیارها را رعایت کنند، می‌توانند نشان را دریافت کنند. کارویژه‌های اصلی مؤسسه به شرح ذیل است:

۱. **اعتباربخشی و گواهی:** به کسب و کارهای اجتماعی که به معیارهای مشخصی از منظر «تأثیر اجتماعی»، «پایداری مالی» و «تعهد به مسئولیت‌های اجتماعی» پایبند هستند، نشان^{۱۲} اعطا می‌کند. این نشان به مشتریان و شرکای شرکت اطمینان می‌دهد که این کسب و کارها واقعاً به اهداف اجتماعی متعهد هستند.

الف) مؤسسه نشان شرکت اجتماعی:^{۱۱} این مؤسسه به‌عنوان یک سازمان غیردولتی و مستقل در سال ۲۰۱۰ در بریتانیا تأسیس شد. هدف آن شناسایی و ارتقای کسب و کارهای اجتماعی است. این سازمان برای تشخیص کسب و کارهای اجتماعی از دیگر نهادهای اقتصادی و کمک به آنها تلاش می‌کند تا با استفاده از نشان اجتماعی خود، اعتماد مشتریان و جامعه را به دست آورند و از مزایای شبکه‌ای و بازاریابی بهره‌مند شوند. فرایند ارزیابی شامل بررسی مأموریت اجتماعی، نحوه تخصیص درآمدها و شفافیت

1. Social Enterprise NL (SES Network)
2. Social Enterprise Mark (Under Development)
3. Social Economy Sign
4. FISE
5. Community Interest Companies (CICs)
6. European Social Economy Label
7. ESEM
8. Euclid Network
9. B-Corp Certification- Benefit Corporations For Its Social Impact
10. B-Lab
11. Social Enterprise Mark: <https://www.socialenterprisemark.org.uk>
12. Mark



معیارهایی مانند «مأموریت اجتماعی»، «تأثیر مثبت بر جامعه و محیط زیست»، «پایداری کسب و کار» و «شفافیت» ارزیابی می‌کند. کسب و کارهای پذیرفته شده به عنوان یک عضو از شبکه، مشمول حمایت‌های مختلف می‌شوند، اما اعضا هیچ نشان رسمی‌ای به معنای گواهینامه دریافت نمی‌کنند. کارویژه‌های اصلی این شبکه به شرح ذیل است:

۱. **شبکه‌سازی:** این سازمان به کسب و کارهای اجتماعی امکان می‌دهد تا به شبکه‌ای از هم‌تایان خود دسترسی داشته باشند و از تجارب و دانش یکدیگر بهره‌مند شوند.

۲. **آموزش و توانمندسازی:** برنامه‌ها و کارگاه‌های آموزشی مختلفی را برای تقویت دانش و مهارت‌های کارآفرینان اجتماعی ارائه می‌دهد.

۳. **دفاع از منافع صنفی:** این شبکه به نمایندگی از کسب و کارهای اجتماعی در مقابل دولت و نهادهای مختلف فعالیت می‌کند و برای اصلاح قوانین و مقررات، بهبود فضای کسب و کار و حمایت از این نوع کسب و کارها تلاش می‌کند.

۴. **ارائه خدمات مشاوره‌ای:** خدمات مشاوره‌ای مختلفی را در زمینه‌هایی مانند «تأمین مالی»، «مدیریت کسب و کار» و «استراتژی‌های توسعه» ارائه می‌دهد.

۵. **افزایش آگاهی عمومی:** افزایش آگاهی عمومی نسبت به اهمیت کسب و کارهای اجتماعی و نقش آنها در جامعه، یکی از اهداف اساسی این شبکه است.

شبکه شرکت اجتماعی هلند، خود یک شرکت اجتماعی غیردولتی و کاملاً مستقل است که در چندین زمینه زیر با دولت همکاری دارد:

۱. **مشاوره و سیاستگذاری:** به عنوان یک نهاد تخصصی، با دولت هلند و نهادهای دولتی مختلف همکاری می‌کند و در تدوین و بهبود سیاست‌ها و قوانین مرتبط با کسب و کارهای اجتماعی مشارکت دارد. این شرکت اغلب به عنوان یک مشاور در فرایندهای سیاستگذاری حضور دارد و نظرات و پیشنهادهای خود را به دولت ارائه می‌دهد.

۲. **پشتیبانی و تأمین مالی:** دولت هلند ممکن است از طریق تخصیص بودجه و برنامه‌های حمایتی، از کسب و کارهای اجتماعی عضو شبکه حمایت کند. این حمایت‌ها می‌توانند به شکل کمک‌های مالی، تسهیلات اعتباری یا مشوق‌های مالیاتی باشد.

۳. **آموزش و ارتقای آگاهی عمومی:** این شرکت در همکاری با دولت، برنامه‌ها و پویش‌های مردمی (کمپین) مختلفی برای

۲. **پشتیبانی و مشاوره:** به کسب و کارهای اجتماعی خدمات مشاوره‌ای و پشتیبانی ارائه می‌دهد تا آنها بتوانند در مسیر «اخذ و حفظ نشان اجتماعی» خود، «بهبود عملکرد» و «افزایش تأثیر اجتماعی» شرکت موفق باشند.

۳. **شبکه‌سازی و همکاری:** به کسب و کارهای اجتماعی کمک می‌کند تا از طریق شبکه‌های مختلف با دیگر کسب و کارها و همچنین نهادهای دولتی و غیردولتی همکاری کرده و فرصت‌های تجاری و اجتماعی جدید برای خود ایجاد کنند.

۴. **آگاهی بخشی:** به ارتقای آگاهی عمومی نسبت به اهمیت کسب و کارهای اجتماعی و نقش آنها در جامعه و اقتصاد کمک می‌کند.

مؤسسه نشان شرکت اجتماعی به عنوان یک نهاد مستقل از دولت، ارتباط و تعامل خوبی با دولت بریتانیا دارد. این تعاملات شامل موارد زیر می‌شود:

۱. **مشاوره و مشارکت در سیاستگذاری:** با دولت بریتانیا همکاری می‌کند تا در سیاستگذاری‌های مرتبط با کسب و کارهای اجتماعی نقش داشته باشد. این همکاری‌ها ممکن است شامل مشارکت در جلسات مشاوره‌ای و ارائه بازخورد در مورد قوانین و سیاست‌های جدید باشد.

۲. **حمایت از کسب و کارهای اجتماعی:** دولت بریتانیا ممکن است از کسب و کارهایی که دارای نشان اجتماعی هستند، حمایت کند. این حمایت‌ها می‌توانند شامل تسهیلات مالی، کمک‌های مالیاتی یا سایر مشوق‌ها باشند. از این رو، حمایت‌های دولتی با مشارکت نهاد مذکور انجام می‌شود.

۳. **ارتقای فرهنگ کسب و کارهای اجتماعی:** با همکاری دولت و دیگر نهادهای عمومی در ارتقای دانش و فرهنگ کسب و کارهای اجتماعی و افزایش آگاهی عمومی نسبت به این نوع کسب و کارها نقش آفرینی می‌کند [۱۸].

ب) **شبکه شرکت اجتماعی هلند:**^۱ یک سازمان غیرانتفاعی مستقر در هلند است که در سال ۲۰۱۲ تأسیس شده و در قالب یک شرکت اجتماعی به عنوان یک پلتفرم برای سایر کسب و کارهای اجتماعی، فعالیت می‌کند. این سازمان با هدف تقویت و حمایت از کسب و کارهایی ایجاد شده که علاوه بر کسب سود، اهداف اجتماعی و محیط زیستی را دنبال می‌کنند.

این نهاد برای عضوگیری در شبکه خود، کسب و کارها را بر اساس

1. Social Enterprise NL: <https://www.social-enterprise.nl>

به سازمان‌ها امکان می‌دهد تا کارایی و اثربخشی فعالیت‌های خود را بهبود بخشند. این مؤسسه به شرکت‌هایی که شرایط مشخصی داشته باشند، نشان اجتماعی می‌دهند. این نشان، نام منحصر به فردی دارد: «ویرکت» به معنای «این کار می‌کند» که شاید در گویش عامیانه فارسی معاصر نیز این عبارت به درستی معنا پیدا می‌کند و حکایت از راهکاری است که مؤثر بوده، به درستی کار می‌کند و جواب‌گوی نیاز جامعه نیز است.

۲. راهنمایی و مشاوره: فینئو به سازمان‌های خیریه، کسب‌وکارهای اجتماعی و سرمایه‌گذاران اجتماعی، مشاوره‌های تخصصی ارائه می‌دهد تا آنها بتوانند استراتژی‌های مؤثری برای دستیابی به اهداف اجتماعی خود تعیین کنند.

۳. شبکه‌سازی: بستری برای تبادل دانش و تجربیات میان نهادهای مختلف فعال در حوزه سرمایه‌گذاری اجتماعی فراهم می‌کند. این مؤسسه به تقویت همکاری‌های بین‌المللی و ایجاد شبکه‌های مؤثر در این زمینه کمک می‌کند.

۴. افزایش آگاهی عمومی: تلاش می‌کند تا آگاهی عمومی نسبت به اهمیت سرمایه‌گذاری اجتماعی و تأثیرات مثبت آن بر جامعه را افزایش دهد. این کار از طریق انتشار گزارش‌ها، برگزاری همایش‌ها و مشارکت در برنامه‌های رسانه‌ای انجام می‌شود. ارتباط فینئو به عنوان یک نهاد مستقل و غیردولتی با دولت آلمان به شکل زیر است:

۱. مشاوره و مشارکت در سیاستگذاری: فینئو با دولت آلمان در تدوین و اصلاح سیاست‌ها و قوانین مرتبط با سرمایه‌گذاری اجتماعی و تأثیرات اجتماعی همکاری می‌کند. این همکاری‌ها ممکن است شامل ارائه مشاوره، تحلیل‌های تخصصی و پیشنهادهایی در زمینه سیاستگذاری باشد.

۲. همکاری در پروژه‌های عمومی: دولت آلمان ممکن است با فینئو در اجرای پروژه‌های عام‌المنفعه همکاری کند. این پروژه‌ها می‌توانند شامل برنامه‌های اجتماعی و سرمایه‌گذاری‌های عمومی باشند که تأثیرات اجتماعی مثبت ایجاد می‌کنند.

۳. ارتقای فرهنگ سرمایه‌گذاری اجتماعی: فینئو با همکاری دولت و نهادهای عمومی دیگر در افزایش آگاهی عمومی و ترویج فرهنگ سرمایه‌گذاری اجتماعی در آلمان نقش ایفا می‌کند. این همکاری‌ها می‌توانند شامل کمپین‌های اطلاع‌رسانی، آموزش و تبادل دانش باشند [۲۰].

افزایش آگاهی عمومی نسبت به کسب‌وکارهای اجتماعی و اهمیت آنها در جامعه برگزار می‌کند. این همکاری‌ها به ارتقای فرهنگ کسب‌وکارهای اجتماعی در هلند کمک می‌کند.

با این حال، شرکت اجتماعی هلند همچنان یک نهاد مستقل است و به صورت مستقیم وابسته به دولت نیست. این شبکه تلاش می‌کند تا هم در برابر دولت از کسب‌وکارهای اجتماعی نمایندگی کرده و هم به عنوان یک نهاد مستقل از منافع و حقوق کسب‌وکارهای عضو شبکه دفاع کند [۱۹].

پ) مؤسسه فینئو:^۱ یک سازمان غیرانتفاعی مستقر در آلمان است که در زمینه تحلیل و ارزیابی تأثیرات اجتماعی و اعطای نشان اجتماعی به کسب‌وکارها فعالیت می‌کند. هدف اصلی این مؤسسه، تقویت و حمایت از سرمایه‌گذاری‌های عام‌المنفعه و تأثیرگذاری اجتماعی است. فینئو به سازمان‌های خیریه، کسب‌وکارهای اجتماعی و سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا تأثیرات اجتماعی پروژه‌های خود را بهینه کرده و به اهداف اجتماعی خود دست یابند. فینئو منابع مالی خود را از روش‌های مختلف مانند «کمک‌های مالی اشخاص حقیقی و حقوقی»، «حق عضویت و حمایت‌های درون‌سازمانی» و «درآمدهای حاصل از ارائه خدمات مشاوره‌ای» تأمین می‌کند.

فینئو که در سال ۲۰۰۹ در آلمان تأسیس شده، یک نهاد تخصصی در ارائه تحلیل‌ها و مشاوره‌های دقیق به نهادهایی است که به دنبال سرمایه‌گذاری‌های عام‌المنفعه و ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت هستند. فینئو با ارائه ابزارها، گزارش‌ها و تحلیل‌های خود، به این نهادها کمک می‌کند تا تصمیمات مؤثرتری در خصوص منابع مالی و سرمایه انسانی اتخاذ کنند.

فینئو از طریق یک فرایند ارزیابی جامع، سازمان‌ها و کسب‌وکارها را از منظر «تأثیر اجتماعی»، «پایداری مالی» و «شفافیت مالی و عملکردی» مورد بررسی قرار می‌دهد. نشان «ویرکت»^۲ به سازمان‌هایی اعطا می‌شود که در ارزیابی‌ها موفق باشند و تأثیر اجتماعی معناداری ایجاد کرده باشند. کارویژه‌های اصلی فینئو به شرح زیر است:

۱. تحلیل و ارزیابی تأثیرات اجتماعی و اعطای نشان اجتماعی: فینئو به سازمان‌ها کمک می‌کند تا تأثیرات اجتماعی طرح‌ها و برنامه‌های خود را به طور دقیق ارزیابی کنند. این ارزیابی‌ها، براساس مدل‌ها و معیارهای علمی انجام می‌شود و

1. PHINEO: <https://www.phineo.org>

2. Wirkt!

شکل ۹. برخی از برچسب‌های کسب و کارهای اجتماعی در دنیا (محقق ساخته)



۱. حمایت مالی و مشاوره‌ای: فایز به تشکل‌های محلی و جوامع کمک می‌کند تا پروژه‌های توسعه‌ای خود را از طریق ارائه کمک‌های مالی، مشاوره و راهنمایی به اجرا درآورند.

۲. توسعه محلی: این بنیاد با تمرکز بر مناطق محروم و کمتر توسعه‌یافته، تلاش می‌کند تا از طریق سرمایه‌گذاری در پروژه‌های محلی مانند توسعه زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی، بهبود کیفیت زندگی مردم را ارتقا دهد.

۳. آموزش و ارتقای مهارت‌ها: فایز، برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی را برای افراد و جوامع مختلف ارائه می‌دهد تا آنها بتوانند مهارت‌های لازم برای موفقیت در بازار کار و بهبود شرایط زندگی خود را کسب کنند.

۴. پشتیبانی از کارآفرینی: این سازمان همچنین به حمایت از کارآفرینی محلی و ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌پردازد که می‌تواند به رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال در مناطق کم‌برخوردار کشور کمک کند.

فایز به‌عنوان یک نهاد مستقل غیردولتی با دولت لهستان همکاری‌هایی به شرح زیر دارد:

۱. دریافت کمک‌های مالی: فایز از بودجه‌های دولتی برای حمایت

(ت) بنیاد ابتکارات اجتماعی اقتصادی فایز: یک سازمان غیرانتفاعی در لهستان است که به تقویت توسعه اجتماعی - اقتصادی کشور از طریق حمایت از پروژه‌ها و برنامه‌های مرتبط با ارتقای کیفیت زندگی و کاهش فقر در مناطق کم‌برخوردار می‌پردازد. این بنیاد به دنبال ایجاد تغییرات مثبت در جوامع محلی از طریق سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، آموزش و حمایت از کارآفرینی است. فایز، منابع مالی خود را از طریق «کمک‌های دولتی»، «کمک‌های مالی بین‌المللی» و «همکاری با سایر نهادهای غیردولتی» تأمین می‌کند.

فایز به‌صورت مستقیم نشان یا برچسب خاصی اعطا نمی‌کند، اما به‌عنوان یک نهاد حامی و ارزیاب، کسب و کارهای اجتماعی را در جهت پایداری کسب و کار و خلق ارزش اجتماعی یاری می‌کند. این نهاد به «ارزیابی طرح‌ها» و «ارائه کمک‌های فنی و مالی» برای توسعه کسب و کارهای اجتماعی می‌پردازد و به برترین کسب و کارهای اجتماعی جوایزی اعطا می‌کند. این جایزه به سازمان‌هایی اعطا می‌شود که در مسابقه سالانه «بهترین شرکت اجتماعی سال» فینالیست شوند. همه انواع سازمان‌ها می‌توانند در این فرایند شرکت کنند. کارویژه‌های اصلی فایز به شرح ذیل است:

1. Foundation for Social and Economic Initiatives (FISE): <https://www.fise.org.pl>

مطابق با قوانین ملی کشورها فعالیت می‌کنند، ایجاد شده است. این برچسب تنها به شرکت‌هایی تعلق می‌گیرد که معیارهای مشخصی را رعایت کنند. این معیارها عبارتند از:

استقلال از دولت: شرکت باید تحت قوانین ملی یا منطقه‌ای اتحادیه اروپا به‌عنوان یک نهاد حقوقی غیردولتی مستقل از دولت و مقامات عمومی فعالیت کند.

تمرکز بر منافع عمومی: هدف اصلی این شرکت‌ها باید ایجاد منفعت و خیر عمومی باشد.

فعالیت‌های اجتماعی مفید: فعالیت‌ها باید معطوف به حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر، مبارزه با نابرابری‌ها، حفاظت از محیط زیست و دیگر اهداف اجتماعی باشد.

محدودیت در توزیع سود: باید محدودیت‌هایی در توزیع سود وجود داشته باشد و بخش اعظم سود شرکت مجدداً برای توسعه اهداف اجتماعی شرکت، سرمایه‌گذاری شود.

مدل حکمرانی دموکراتیک: حکمرانی این شرکت‌ها باید دموکراتیک و متشکل از کارکنان، مشتریان و ذی‌نفعان باشد.

این برچسب در تمامی کشورهای عضو اتحادیه اروپا معتبر خواهد بود و ایسم به‌عنوان یک سیستم نظارتی برای اطمینان از رعایت این معیارها ایجاد شده است. علاوه بر این، شرکت‌ها باید به‌صورت سالیانه گزارشی از فعالیت‌ها و توزیع سود خود ارائه دهند تا این برچسب را حفظ کنند.

۲. جمع‌آوری داده‌های مقایسه‌ای: ایسم داده‌هایی را از شرکت‌های اجتماعی در کشورهای مختلف اروپایی جمع‌آوری می‌کند و این داده‌ها را به‌صورت مقایسه‌ای در سطح قاره‌ای تحلیل می‌کند. این رویکرد به شناسایی وجوه مشترک و متمایز محلی کمک می‌کند.

۳. تمرکز بر نیازهای شرکت‌های اجتماعی: ایسم به بررسی نیازها و چالش‌های کلیدی می‌پردازد که شرکت‌های اجتماعی غالباً با آنها مواجه هستند. «تأمین سرمایه»، «چارچوب‌های قانونی» و «حمایت‌های دولتی» از جمله این چالش‌ها هستند.

۴. پشتیبانی از خط‌مشی‌گذاری: نتایج ایسم به سیاست‌گذاران در سطح ملی و منطقه اروپا کمک می‌کند تا سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه زیست‌بوم اجتماعی خود را بهتر تدوین کنند.

۵. شبکه‌سازی و ترویج دانش: این پروژه به افزایش آگاهی در مورد نقش و اهمیت شرکت‌های اجتماعی کمک کرده و فرصت‌هایی برای شبکه‌سازی میان این شرکت‌ها در سراسر اروپا فراهم می‌کند.

از پروژه‌های اجتماعی-اقتصادی خود بهره‌مند می‌شود. دولت لهستان ممکن است به این سازمان کمک مالی کرده تا پروژه‌های محلی و ملی در حوزه‌های توسعه‌ای و کاهش فقر را اجرا کند.

۲. همکاری در پروژه‌های ملی: این بنیاد با دولت لهستان و سایر نهاد‌های دولتی در اجرای پروژه‌های ملی همکاری می‌کند که هدف آنها بهبود شرایط زندگی در مناطق مختلف کشور است.

۳. مشاوره و سیاست‌گذاری: فایز ممکن است به‌عنوان مشاور در فرایندهای سیاست‌گذاری اجتماعی و اقتصادی در لهستان شرکت کند و نظرات و پیشنهادات خود را به دولت ارائه دهد تا سیاست‌های توسعه‌ای مؤثرتری ایجاد شود.

به‌طور کلی، فایز در لهستان نقش کلیدی در توسعه اجتماعی و اقتصادی کشور دارد و از طریق همکاری با دولت و نهاد‌های بین‌المللی، تلاش می‌کند تا شرایط زندگی مردم بهبود یابد و نابرابری‌های اجتماعی کاهش یابد [۱۲].

ج) نهاد نظارتی بنگاه‌های اجتماعی اروپا (ایسم): این نهاد، یک کنسرسیوم از سازمان‌های غیرانتفاعی اروپایی و شبکه‌های ملی و بین‌المللی در حوزه کسب و کارهای اجتماعی است. هدف اصلی این پروژه، ایجاد یک پایگاه داده جامع و قابل اعتماد است که وضعیت کسب و کارهای اجتماعی در سراسر اروپا را منعکس کند و به سیاست‌گذاران، محققان و خود شرکت‌های اجتماعی کمک کند تا تصمیمات مبتنی بر داده‌های واقعی اتخاذ کنند. پروژه تحقیقاتی ایسم به‌خودی‌خود یک نهاد حقوقی مستقل نیست، بلکه توسط سازمان‌هایی مانند شبکه اقلیدس و شرکت اجتماعی هلند و دیگر شبکه‌های ملی و اروپایی کسب و کارهای اجتماعی اداره می‌شود.

این نهاد نظارتی شامل نمایندگان کشورهای عضو اتحادیه اروپا و نمایندگان «واحدهای اقتصاد اجتماعی» در کشورهای اروپایی است و فرایند نظارت و اعطای برچسب «اقتصاد اجتماعی اروپا» به‌طور مشترک توسط نهاد‌های مختلف در سطح اتحادیه اروپا و واحدهای مرتبط با اقتصاد اجتماعی صورت می‌گیرد، نتایج این بررسی‌ها می‌تواند به ارزیابی کلی و شناخت وضعیت کسب و کارهای اجتماعی کمک کند.

کارویژه‌های اصلی این نهاد نظارتی به‌شرح ذیل است:

۱. اعطای برچسب «اقتصاد اجتماعی اروپا»: به پیشنهاد کمیسیون اروپا یک برچسب اختیاری برای کسب و کارهای اجتماعی که



ایسِم به‌طور مستقیم یک نهاد دولتی نیست، اما در دل اتحادیه اروپا شکل گرفته و به‌صورت گسترده با نهادهای دولتی و سیاستگذاران اروپایی و ملی همکاری می‌کند. ارتباط این پروژه با دولت‌ها و اتحادیه اروپا شامل موارد زیر است:

۱. تأمین داده‌ها و اطلاعات: ایسِم اطلاعات دقیق و جامعی را در مورد وضعیت شرکت‌های اجتماعی ارائه می‌دهد که به دولت‌ها کمک می‌کند تا تصمیمات مبتنی بر داده در زمینه سیاستگذاری برای کسب و کارهای اجتماعی اتخاذ کنند.
۲. توصیه‌های سیاستی: ایسِم براساس نتایج تحقیقاتی خود، به ارائه توصیه‌های سیاستی به نهادهای دولتی و اتحادیه اروپا می‌پردازد که می‌تواند به بهبود قوانین و حمایت‌های دولتی برای شرکت‌های اجتماعی کمک کند. «برنامه عملیاتی اقتصاد اجتماعی اروپا»^۱ که توسط کمیسیون اروپا تصویب و به تمام کشورهای اتحادیه اروپا ابلاغ شد، نمونه‌ای بارز از این همکاری است.
۳. همکاری در برنامه‌های توسعه‌ای: نتایج ایسِم می‌تواند به‌عنوان مبنای همکاری‌های بیشتر بین دولت‌ها و کسب و کارهای اجتماعی در جهت طراحی و اجرای برنامه‌های ملی و منطقه‌ای مورد استفاده قرار گیرد.
۴. پشتیبانی از سیاستگذاری: ایسِم به‌عنوان یک منبع مهم داده و اطلاعات، به دولت‌ها در طراحی و اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های پشتیبانی از کسب و کارهای اجتماعی کمک می‌کند و به آنها امکان می‌دهد تا نیازهای واقعی این شرکت‌ها را بهتر درک کنند و به‌درستی به آنها پاسخ دهند [۶۱].

د) شبکه اقلیدس:^۲ یک شبکه بین‌المللی است که به‌عنوان پلتفرمی برای فعالیت تشکلی‌ها و شرکت‌های اجتماعی و نهادهای مرتبط با نوآوری‌های اجتماعی در اروپا و سرتاسر جهان فعالیت می‌کند. این شبکه با هدف «توانمندسازی و حمایت از مدیران، تشکلی‌ها و کسب و کارهای اجتماعی»، «به اشتراک‌گذاری دانش و تجارب» و «ترویج نوآوری‌های اجتماعی» در سطح بین‌المللی در سال ۲۰۰۲ تأسیس شد و از آن زمان به یکی از بازیگران مهم در زمینه ترویج و توسعه نوآوری‌های اجتماعی و شرکت‌های اجتماعی در اروپا تبدیل شده است. اعضای این شبکه، سازمان‌های غیرانتفاعی، شرکت‌های اجتماعی، دانشگاه‌ها، نهادهای دولتی و غیردولتی مرتبط با نوآوری‌های اجتماعی هستند. اقلیدس به آنها

کمک می‌کند تا در محیطی پویا و ایمن فعالیت کنند. اقلیدس یک سازمان غیردولتی (OGN) و غیرانتفاعی (OPN) است که به‌صورت یک شبکه بین‌المللی عمل می‌کند. دفتر مرکزی این شبکه به‌عنوان یک نهاد حقوقی مستقل در اروپا ثبت شده و به‌طور مستقل از دولت‌ها یا شرکت‌های تجاری فعالیت می‌کند.

این شبکه، نشان رسمی به کسب و کارها اعطا نمی‌کند، اما از طریق پروژه‌ها و ابتکارات مختلف، کسب و کارهای اجتماعی را ارزیابی و به آنها کمک می‌کند تا تأثیر اجتماعی خود را بهبود بخشند. این نهاد همچنین در طرح‌های تدوین استانداردهای اجتماعی در سطح اروپا مشارکت دارد. کارویژه‌های اصلی این شبکه به‌شرح ذیل است:

۱. شبکه‌سازی و تبادل دانش: اقلیدس، فضایی برای تبادل تجارب و دانش میان اعضای خود فراهم و به آنها کمک می‌کند تا از بهترین شیوه‌ها و رویکردهای نوآورانه در حوزه‌های مختلف بهره‌مند شوند.
۲. توانمندسازی رهبران اجتماعی: این شبکه برنامه‌هایی برای توسعه مهارت‌های رهبری و مدیریت در میان رهبران کسب و کارهای اجتماعی ارائه می‌دهد و به آنها در ارتقای توانایی‌هایشان کمک می‌کند.

۳. پروژه‌های همکاری بین‌المللی: اقلیدس از طریق پروژه‌های بین‌المللی مختلف، به همکاری‌های فراملی میان اعضای خود و دیگر نهادهای مرتبط با نوآوری اجتماعی کمک می‌کند.
۴. ترویج نوآوری اجتماعی: این شبکه به ترویج نوآوری‌های اجتماعی و حمایت از پروژه‌هایی می‌پردازد که آثار اجتماعی مثبتی دارند.

۵. دسترسی به منابع مالی: اقلیدس به اعضای خود کمک می‌کند تا به منابع مالی و سرمایه‌گذاری‌هایی که برای توسعه پروژه‌های اجتماعی و نوآوری‌هایشان نیاز دارند، دسترسی پیدا کنند.

اقلیدس به‌طور مستقیم وابسته به هیچ دولت خاصی نیست، اما با دولت‌ها و نهادهای دولتی در سطح ملی و منطقه اتحادیه اروپا همکاری‌های نزدیکی دارد. این همکاری‌ها شامل موارد زیر است:

۱. مشارکت در سیاستگذاری: اقلیدس در طراحی و اجرای سیاست‌های مرتبط با نوآوری اجتماعی و شرکت‌های اجتماعی با دولت‌ها همکاری کرده و به‌عنوان مشاور در این فرایندها ایفای نقش می‌کند.

۲. پروژه‌های مشترک: این شبکه در پروژه‌های مشترک با نهادهای دولتی حضور دارد و از این طریق به توسعه نوآوری‌های اجتماعی

1. Social Economy Action Plan - European Commission
2. Euclid Network (EN): <https://www.euclidnetwork.eu>

حمایت می‌کند. این قوانین به شرکت‌ها اجازه می‌دهد که به‌طور رسمی به‌عنوان نهادهای چندوجهی «شرکت با منافع اجتماعی»^۴ ثبت شوند که هم‌زمان هم به سود سهام‌داران و هم به منافع اجتماعی و زیست‌محیطی توجه می‌کنند.

۳. ارزیابی تأثیر: بی‌لب ابزارهایی مانند «ارزیابی اثرات بی‌لب»^۵ را فراهم می‌کند که به شرکت‌ها کمک کند تا تأثیر اجتماعی و محیطی خود را ارزیابی و بهبود بخشند.

۴. شبکه‌سازی و همکاری: بی‌لب یک شبکه جهانی از شرکت‌ها، سازمان‌ها و افراد علاقه‌مند به توسعه کسب‌وکارهای مفید برای مردم و محیط زیست ایجاد کرده است. این شبکه فرصتی برای تبادل دانش و تجربه نیز فراهم می‌کند.

بی‌لب، یک نهاد غیردولتی مستقل است که هدف آن سودآوری نیست و تمرکز اصلی آن بر ترویج و حمایت از کسب‌وکارهایی است که در قبال جامعه مسئولیت‌پذیر هستند. همان‌طور که بیان شد، به‌صورت مستقیم وابسته به دولت‌ها نیست، اما به‌طور فعال با نهادهای دولتی و قانونگذاران در سراسر جهان برای تدوین و ترویج قوانین و سیاست‌های مربوطه همکاری می‌کند. این همکاری‌ها شامل موارد زیر است:

۱. ترویج ضوابط و قواعد بی‌لب: گواهی بی‌لب در ترویج ضوابط تأسیس و فعالیت «شرکت‌های یا منافع اجتماعی» در ایالات متحده و دیگر کشورها نقش داشته است. این ضوابط به شرکت‌ها اجازه می‌دهند که به‌طور رسمی مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی را در اساسنامه‌های خود بگنجانند.

۲. مشارکت در توسعه سیاست‌ها: بی‌لب به‌عنوان مشاور در فرایندهای سیاست‌گذاری در حوزه‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و توسعه پایدار با دولت‌ها همکاری می‌کند.

۳. همکاری با نهادهای بین‌المللی: بی‌لب با سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل متحد و اتحادیه اروپا همکاری می‌کند تا اصول و استانداردهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در سطح جهانی ترویج کند.

بی‌لب به‌عنوان یک نیروی محرک در تغییر الگوی کسب‌وکارهای سنتی به سمت مدل‌های اقتصادی پایدار و مسئولیت‌پذیر، نقش مهمی در شکل‌دهی به آینده کسب‌وکارها در سطح جهانی دارد [۷۱].

در سطح ملی و بین‌المللی کمک می‌کند.

۳. پشتیبانی از تصمیم‌گیری‌های دولتی: اقلیدس اطلاعات و تحلیل‌هایی را در اختیار دولت‌ها قرار می‌دهد که می‌توانند به «تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر شواهد» و «حمایت از شرکت‌های اجتماعی» کمک کنند.

۴. ارتباط با اتحادیه اروپا: اقلیدس به‌عنوان یکی از اعضای فعال در نشست‌های تخصصی، گفتگوهای سیاستی و برنامه‌ریزی‌های اتحادیه اروپا شرکت کرده و به ترویج نوآوری اجتماعی در سطح اروپا کمک می‌کند.

اقلیدس به‌عنوان یک سازمان پیشرو در حوزه نوآوری اجتماعی و شرکت‌های اجتماعی، نقش مهمی در توسعه و تقویت این اکوسیستم در اروپا و فراتر از آن ایفا می‌کند [۲۲].

ه) بی‌لب: یک «سازمان غیرانتفاعی بین‌المللی»^۶ است که با هدف «بازتعریفی از موفقیت در تجارت» و «ایجاد یک جامعه جهانی» تأسیس شده است. این سازمان، متشکل از شرکت‌هایی است که هم برای مردم و هم برای کره زمین خلق منفعت می‌کنند. این سازمان به‌ویژه به‌خاطر ایجاد و اعطای گواهی «بی‌کرب»^۷ شناخته شده است که به شرکت‌هایی اعطا می‌شود که به درجات بالایی از «عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی»، «شفافیت» و «مسئولیت‌پذیری» دست می‌یابند.

بی‌لب در سال ۲۰۰۶ در ایالات متحده تأسیس شد و از آن زمان به یک جنبش جهانی تبدیل شده که هدف آن ایجاد یک اکوسیستم اقتصادی است که به همه ذی‌نفعان و نه فقط سهام‌داران، سود برساند. این سازمان از شرکت‌ها، حمایت می‌کند تا با به‌کارگیری استانداردهای بی‌کرب به یک نقش اجتماعی و زیست‌محیطی مثبت دست یابند. کارویژه‌های اصلی بی‌لب به شرح ذیل است:

۱. صدور گواهی بی‌کرب: یکی از شناخته‌شده‌ترین فعالیت‌های بی‌لب صدور گواهی بی‌کرب به شرکت‌هایی است که به معیارهای فوق‌الذکر در زمینه‌های اجتماعی، زیست‌محیطی و شفافیت دست یافته‌اند. این گواهی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا تعهدات خود را به ارزش‌های اجتماعی و محیط زیست نشان دهند.

۲. ترویج تغییرات قانونی: بی‌لب به‌طور فعال از ایجاد قوانین جدید در حوزه شرکت‌های اجتماعی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

1. B Lab: <https://bcorporation.net>

2. International Nonprofit Organization

3. B Corporation (B Corp)

4. Benefit Corporations

5. B Impact Assessment



۸. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری



مطالعات و بررسی‌های انجام شده در خصوص استقرار و توسعه کسب و کارهای اجتماعی در کشورهای منتخب نشان می‌دهد که کشورهای مزبور اقدامات مختلفی را به منظور سامان دادن به این حوزه در دستور کار قرار داده‌اند:

۱. چارچوب‌های قانونی و شخصیت حقوقی

کشورها در توسعه کسب و کارهای اجتماعی، چارچوب‌های قانونی و تعاریف مشخصی برای این نوع کسب و کارها دارند. تصویب قوانین ویژه که تعاریف، معیارها و حمایت‌های لازم را ارائه می‌دهند، یکی از اصول اساسی در پیشرفت این حوزه بوده است.

۲. اعتبارسنجی و اعطای نشان

وجود سیستم‌های اعتبارسنجی و اعطای نشان یا برچسب‌های اجتماعی، نقش مهمی در شفافیت و اعتمادسازی برای مصرف‌کنندگان و سرمایه‌گذاران ایفا می‌کند. این نشان‌ها، تضمینی بر تعهد اجتماعی و محیط زیستی شرکت‌ها هستند.

۳. ترویج فرهنگ و آگاهی‌رسانی

آموزش و ترویج فرهنگ کسب و کار اجتماعی از طریق کارگاه‌ها، دوره‌های آموزشی و پویش‌های (کمپین) اطلاع‌رسانی در کشورهای منتخب مورد تأکید قرار گرفته است. آگاهی جامعه از اهمیت و مزایای این نوع کسب و کارها، موجب حمایت بیشتر از آنها می‌شود.

۴. حمایت مالی و مشوق‌های اقتصادی

ارائه تسهیلات مالی، معافیت‌های مالیاتی و مشوق‌های اقتصادی به کسب و کارهای اجتماعی، از جمله ابزارهای حیاتی برای پایداری و رشد آنهاست. این حمایت‌ها موجب تشویق کارآفرینان به ایجاد و توسعه چنین کسب و کارهایی می‌شود.

۵. نهادهای حمایتی و تنظیم‌گر

وجود نهادهای تنظیم‌گر و حمایتی غیردولتی یا دولتی که به تسهیلگری، مشاوره، ارزیابی و شبکه‌سازی برای کسب و کارهای اجتماعی بپردازند، به شکل‌دهی و تقویت این نوع کسب و کارها کمک می‌کند.

۶. تحقیق و توسعه

تحقیق و توسعه در حوزه کسب و کارهای اجتماعی از طریق مراکز تحقیقاتی و دانشگاه‌ها، به شناخت بهتر چالش‌ها و ارائه راهکارهای

نوآورانه در کشورهای مورد بررسی منجر شده است.

۷. همکاری‌های بین‌المللی

همکاری با سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی برای تبادل تجربه و دانش، موجب بهبود سیاستگذاری‌ها و کاربرد مدل‌های موفق در سطح ملی و جهانی شده است.

۸. ارتباط با بخش خصوصی

ارتباط میان کسب و کارهای اجتماعی و شرکت‌های بزرگ، از طریق تشویق آنها به انجام مسئولیت‌های اجتماعی و همکاری با کسب و کارهای اجتماعی تأثیرات مثبت و گسترده‌ای در جامعه ایجاد کرده است.

۹. نوآوری در مدل‌های کسب و کار

نوآوری در مدل‌های کسب و کار اجتماعی، شامل بهره‌گیری از فناوری و راهکارهای خلاقانه برای حل مسائل اجتماعی و محیط زیستی، نقش مهمی در افزایش تأثیرگذاری و موفقیت این کسب و کارها دارد.

نتایج ۹ گانه فوق نشان‌دهنده آن است که توسعه کسب و کارهای اجتماعی نیازمند یک رویکرد جامع و چندجانبه است که در آن تمامی عوامل از جمله قوانین، فرهنگ، حمایت مالی، نهادهای تنظیم‌گر و همکاری‌های بین‌المللی باید به‌طور هماهنگ عمل کنند. این در شرایطی است که هم‌اکنون در ساختارهای حقوقی و اجرایی ایران، هیچ قاعده و قانونی، شرکت‌های اجتماعی را به رسمیت نمی‌شناسد؛ شخصیت حقوقی یا برچسب و نشان اجتماعی برای کسب و کارهای اجتماعی ایجاد نشده؛ نهادهای تنظیم‌گر دولتی و غیردولتی برای این گونه از کسب و کارها موجود نیست و ارتباط ساختاری و حقوقی این کسب و کارها با دولت برقرار نشده است.

۸-۱. پیشنهادها و توصیه‌های سیاستی

با استفاده از درس‌آموخته‌های حاصل از بررسی کسب و کارهای اجتماعی در کشورهای توسعه‌یافته دنیا، برای توسعه زیست‌بوم اجتماعی ایران و بهبود وضعیت کسب و کارهای اجتماعی در کشور، پیشنهادهایی را به‌منظور سامان دادن به این نوع از کسب و کارها، ناظر به اقتضات بومی جامعه ایران، مطرح می‌شود:

بر کسب و کارهای اجتماعی را بر عهده داشته باشد، می‌تواند به شبکه‌سازی، تأمین مالی، مشاوره و ارزیابی کسب و کارهای اجتماعی بپردازد که این مهم نیز باید در متن قانون مورد توجه قرار گیرد.

و) تسهیلات مالی و مشوق‌های اقتصادی

از دیگر احکام این قانون می‌توان به ارائه مشوق‌های مالی، مانند وام‌های کم‌بهره، معافیت‌های مالیاتی و تسهیلات سرمایه‌گذاری به شرکت‌هایی که به‌عنوان کسب و کار اجتماعی شناخته می‌شوند اشاره کرد که در توانمندسازی و بالندگی کسب و کارهای اجتماعی بسیار مؤثر است. قطعاً و مسلماً این تسهیلات و حمایت‌ها باید بر اساس استحقاق ذی‌نفع و عاری از فساد اقتصادی اعم از رشوه و ارتشا، ویژه‌خواری و خویشاوندسالاری، سوءاستفاده‌گری و تعارض منافع باشد. از این‌رو توجه به سازوکار و ابزارهای نظارتی (خودکنترلی، نظارت عالی دولتی و رصد مردمی) در این بخش، امری محتوم است.

ز) ارتباط با بخش خصوصی

ایجاد انگیزه برای شرکت‌های بزرگ که بخشی از مسئولیت‌های اجتماعی خود را در قالب شرکت‌های اجتماعی انجام دهند یا با این نوع شرکت‌ها همکاری کنند. این اقدام، علاوه بر اینکه مشکل «تأمین مالی شرکت‌های اجتماعی» را (که از مهم‌ترین چالش‌ها و مسائل آنهاست) حل می‌کند، منجر به «توسعه متوازن جامعه» و «وجهه‌سازی مثبت از شرکت تجاری» نیز می‌شود.

با تصویب و اجرای این پیشنهادها، می‌توان به توسعه و تقویت کسب و کارهای اجتماعی در ایران کمک کرد و بستر مناسبی برای فعالیت و رشد آنها فراهم ساخت. دفتر مطالعات اجتماعی مرکز پژوهش‌های مجلس در نظر دارد در گزارش آتی، الگوها و شیوه‌های حمایت از کسب و کارها و شرکت‌های اجتماعی را هم‌زمان با سازوکار نظارتی حاکم بر آنها بررسی و تشریح و در نهایت پیش‌نویس قانونی فعالیت کسب و کارهای اجتماعی را تدوین و در اختیار نهاد تقنین قرار دهد.

الف) تدوین قانونی جامع برای کسب و کارها و شرکت‌های اجتماعی

این قانون باید تعریفی روشن از شرکت اجتماعی، اهداف آن و معیارهای لازم برای کسب این عنوان ارائه دهد و مزایا و حمایت‌های قانونی و مالی برای این شرکت‌ها در نظر گرفته شود. همچنین نهاد‌های تنظیم‌گر و حامی مرتبط با کسب و کارهای اجتماعی را تبیین کرده و سازوکار نظارت حاکمیت بر این گونه از کسب و کارها را تشریح کرده باشد.

ب) تعریف و پذیرش شخصیت حقوقی جدید

لازم است در متن قانون، شخصیت حقوقی جدید تحت عنوان «شرکت اجتماعی» یا «مؤسسه اجتماعی» که فعالیت‌های آن با اهداف اجتماعی یا محیط‌زیستی همراه باشد تعریف شود. این شرکت‌ها باید بتوانند از معافیت‌های مالیاتی، حمایت‌های مالی و تسهیلات دیگر بهره‌مند شوند.

ج) ایجاد سازوکار ارزیابی و اعطای نشان اجتماعی

بر اساس تجربه کشورهای پیشگام لازم است در متن قانون، تشکیل نهادی مستقل (ترجیحاً غیردولتی) برای ارزیابی کسب و کارهای اجتماعی و اعطای نشان یا برچسب «کسب و کار اجتماعی» به آنها بر اساس یک سیستم اعتبارسنجی بومی و علمی پیش‌بینی شود. این نشان می‌تواند بر اساس معیارهای تعیین‌شده‌ای مانند تأثیرات اجتماعی، محیط‌زیستی و اقتصادی، به شرکت‌ها اعطا شود.

د) ترویج فرهنگ کسب و کار اجتماعی

برگزاری کارگاه‌ها، دوره‌های آموزشی و پویش‌های مردمی برای ترویج مفاهیم و اهمیت کسب و کارهای اجتماعی. این برنامه‌ها باید به آگاهی‌رسانی در مورد اهمیت این نوع کسب و کارها و مزایای آنها برای جامعه و محیط‌زیست بپردازند.

ه) تشکیل نهاد تنظیم‌گر و حامی غیردولتی

تأسیس نهادی غیردولتی که وظیفه تسهیلگری، حمایت و نظارت



جدول ۶. پیشنهاد توصیه سیاستی ویژه گزارشات راهبردی / نظارتی

ردیف	نوع توصیه	توصیه سیاستی	الزامات و قیود اجرایی	دستگاه متولی	دستگاه معین	زمان بندی اجرا	ملاحظات
۱	اصلاحی	تدوین قانونی جامع برای کسب و کارها و شرکت‌های اجتماعی		مجلس شورای اسلامی با مشارکت همه ذی‌نفعان و بازیگران	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	میان مدت	این قانون، باید تعریفی روشن از شرکت اجتماعی، اهداف آن، معیارهای لازم برای کسب این عنوان، مزایا و حمایت‌های قانونی و مالی برای این شرکت‌ها و نهادهای تنظیم‌گر و حامی مرتبط با کسب و کارهای اجتماعی را تبیین کرده و سازوکار نظارت حاکمیت بر این گونه از کسب و کارها را تشریح کرده باشد.
۲	اصلاحی	تعریف و پذیرش شخصیت حقوقی جدید برای کسب و کارهای اجتماعی		مجلس شورای اسلامی		میان مدت	
۳	اصلاحی	ایجاد سازوکار ارزیابی و اعطای نشان اجتماعی برای کسب و کارهای اجتماعی		مجلس شورای اسلامی	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	میان مدت	تشکیل نهادی مستقل (ترجیحاً غیردولتی) برای ارزیابی کسب و کارهای اجتماعی و اعطای نشان یا برچسب «کسب و کار اجتماعی» به آنها براساس یک سیستم اعتبارسنجی بومی و علمی.
۴	اصلاحی	تشکیل نهاد تنظیم‌گر و حامی غیردولتی	نهاد مزبور باید نهادی غیردولتی باشد که وظیفه تسهیلگری، حمایت و نظارت بر کسب و کارهای اجتماعی را برعهده دارد.	مجلس شورای اسلامی	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	میان مدت	
۵	اصلاحی	تسهیلات مالی و مشوق‌های اقتصادی برای کسب و کارهای اجتماعی		مجلس شورای اسلامی	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سازمان امور مالیاتی کشور	میان مدت	ارائه مشوق‌های مالی، مانند وام‌های کم‌بهره، معافیت‌های مالیاتی و تسهیلات سرمایه‌گذاری به شرکت‌هایی که به عنوان کسب و کار اجتماعی شناخته می‌شوند.
۶	اصلاحی	طراحی ارتباط قاعده‌مند با بخش خصوصی		مجلس شورای اسلامی	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و اتاق بازرگانی ایران	میان مدت	این اقدام، علاوه بر اینکه مشکل «تأمین مالی شرکت‌های اجتماعی» را حل می‌کند، منجر به «توسعه متوازن جامعه» و «وجهه‌سازی مثبت از شرکت تجاری» نیز می‌شود.

مأخذ: یافته‌های محقق.



جدول ۱ پیوست. شخصیت حقوقی کسب‌وکارهای اجتماعی در اروپا [۱۰]

کشورها	فرم/وضعیت قانونی ویژه برای SE	توضیح	نوع شخصیت	نوع نهاد
بلژیک، فرانسه، آلمان، یونان، ایتالیا، لتونی، اسپانیا، بریتانیا.	بله	از طریق یک فرم قانونی که به‌طور خاص برای SE با تمرکز گسترده (زمینه‌های مختلف فعالیت با منافع عمومی) طراحی شده است.	حقوقی	شرکت اجتماعی
جمهوری چک، یونان، مجارستان، لهستان، پرتغال.	بله	از طریق یک فرم قانونی که به‌طور خاص برای SE ها با تمرکز خاص بر ادغام کاری طراحی شده است	حقوقی	شرکت اجتماعی
بلغارستان، کرواسی، دانمارک، فرانسه، یونان، ایتالیا، لوکزامبورگ، پرتغال، رومانی، اسلواکی، اسلوونی.	بله	از طریق وضعیت SE (زمینه‌های مختلف فعالیت مورد علاقه عمومی) ^۱	حقوقی	شرکت اجتماعی
آلبانی، اتریش، بلژیک، ^۲ بلغارستان، کرواسی، فنلاند، فرانسه، آلمان، لیتوانی، لوکزامبورگ، لهستان، رومانی، صربستان، اسلواکی، اسلوونی، اسپانیا.	بله	از طریق وضعیت WISE	حقوقی	شرکت اجتماعی
آلبانی، ^۳ اتریش، بلغارستان، جمهوری چک، ^۴ استونی، فنلاند، فرانسه، آلمان، مجارستان، لتونی، مالت، هلند، لهستان، رومانی، ^۵ سوئد، ترکیه (فهرست کامل نیست).	خیر	وضعیتی که مربوط به یک سازمان دارای امتیاز مالیاتی است که برای منافع عمومی وجود دارد.	حقوقی	نهادهای عام المنفعه
تمام کشورهای اتحادیه اروپا	خیر	سازمانی که معیارهای تعیین شده اتحادیه اروپا از SE را داشته باشند، اما از شکل قانونی استفاده می‌کند که مختص شرکت‌های اجتماعی نیست (مانند انجمن، تعاون، شرکت تجاری).	حقیقی ^۶	کارآفرینی اجتماعی

1. General Interest

۲. در بلژیک، طرح‌های اعتباربخشی WISE در سطح منطقه‌ای مقرر گرداری می‌شود.

۳. در آلبانی، وضعیت به عنوان «سازمان‌های غیر انتفاعی برای منافع عمومی» نامیده می‌شود.

۴. در جمهوری چک، قانون ویژه در مورد وضعیت منافع عمومی در حال تهیه بود، اما هرگز تصویب نشد. قانون مالیات بر درآمد ۱۹۹۲/۵۸۶ در به‌روزرسانی آن به شماره ۱۳/۳۴۴.۲۰ اصطلاح (محدودتر) «مالیات‌دهندگان سودمند عمومی» را تعریف می‌کند.

۵. در رومانی، وضعیت «منافع عمومی» رسمی است و هیچ مزیت مالی نسبی به سایرین ندارد.

6. De Facto SE



جدول ۲ پیوست. فرم و شکل نهادی کسب و کارهای اجتماعی [۱۰]

کشور	فرم و شکل نهادی شرکت اجتماعی	سازمان‌هایی که می‌توانند SE در نظر گرفته شوند، مشروط بر اینکه با سه بُعد تعریف عملیاتی اتحادیه اروپا مطابقت داشته باشند
AT	اشکال حقوقی مختلف با وضعیت شرکت اجتماعی-اقتصادی، ^۱ پروژه/شرکت اشتغال غیرانتفاعی ^۳ و شرکت یکپارچه ^۴	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها، تعاونی‌ها، شرکت‌های با مسئولیت محدود.
BE	- اشکال قانونی مختلف معتبر به عنوان شرکت‌های اجتماعی ادغام کاری ^۵ (۲۰۱۹)، ^۶ - تعاونی‌های در قالب شرکت‌های اجتماعی (۲۰۱۹).	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها، شرکت‌های تجاری، تعاونی‌ها، بنیادها، مشارکت.^۷
BG	- تعاونی‌ها و شرکت‌های متعارف ثبت شده به عنوان شرکت‌های افراد دارای معلولیت ^۸ (۲۰۰۴/۸۱)، - اشکال قانونی مختلف با وضعیت شرکت اجتماعی (کلاس A و کلاس +A) (۲۰۱۸/۲۴۰).	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها (از جمله چیتالیشتا)،^۹ تعاونی‌ها (عمدتاً کشاورزی)، بنیادها.
CY	-	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها، تعاونی‌ها، بنیادها، شرکت‌های با مسئولیت محدود.
CZ	تعاونی‌های اجتماعی (ادغام کاری، ۲۰۱۲/۹۰)	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها، تعاونی‌ها، بنیادها، مؤسسات،^{۱۰} شرکت‌های با مسئولیت محدود، شرکت‌های عام‌المنفعه.^{۱۱}
DE	- تعاونی‌های اجتماعی و فرهنگی (۲۰۰۶)، - شرکت‌هایی برای افراد دارای معلولیت و شرکت‌هایی برای ادغام کار ^{۱۲} (۲۰۱۶).	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها (از جمله سازمان‌های حمایتی)، شرکت‌های مسئولیت محدود، تعاونی‌ها، بنیادهای عملیاتی.
DK	انجمن‌ها، بنیادها و شرکت‌های با مسئولیت محدود با وضعیت شرکت اجتماعی (۲۰۱۴/۷۱۱).	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها، بنیادها، شرکت‌های با مسئولیت محدود.
EE	-	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌های تجاری،^{۱۳} بنیادها، شرکت‌های با مسئولیت محدود، انجمن‌های غیر انتفاعی.

1. Status
2. Socioeconomic Enterprise (SÖB)
3. Non-Profit Employment Project/Company (GBP)
4. Integrative Enterprise (IB)
5. Work Integration Social Enterprises
7. Mutuals
8. Enterprises of PWDs = People With Disabilities
9. Chitalishta (Cultural Community Centres)
10. Institutes
11. Public Benefit Companies
12. Enterprises for the Inclusion of PWDs and Enterprises for the Integration of Persons with other Permanent Labour Market Disadvantages (2016)
13. Commercial Associations

۶. در بلژیک، طرح‌های اعتباربخشی WISE در سطح منطقه‌ای تنظیم می‌شود.

کشور	فرم و شکل نهادی شرکت اجتماعی	سازمان‌هایی که می‌توانند SE در نظر گرفته شوند، مشروط بر اینکه با سه بُعد تعریف عملیاتی اتحادیه اروپا مطابقت داشته باشند
EL	- تعاونی‌های زنان (Agro-Tourist) (۱۹۷۹/۹۲۱)، - تعاونی‌های اجتماعی با مسئولیت محدود ^۱ (۲۰۱۶/۴۴۳۰ و ۱۹۹۹/۲۷۱۶) - دو نوع شرکت تعاونی اجتماعی ^۲ (۲۰۱۶/۴۴۳۰): برای ادغام کاری و برای اهداف جمعی و اجتماعی.	• تعاونی‌های کشاورزی با / بدون وضعیت اقتصاد اجتماعی ^۳ ، • تعاونی‌های مدنی ^۴ با / بدون وضعیت اقتصاد اجتماعی، • شرکت‌های با مسئولیت محدود، شرکت‌های تضامنی و شرکت‌های خصوصی با / بدون وضعیت اقتصاد اجتماعی.
ES	- تعاونی‌های نوآورانه اجتماعی ^۵ (۱۹۹۹/۲۷)، - شرکت‌های ادغام اجتماعی ^۶ (۲۰۰۷/۴۴)، - مراکز استخدامی (کاریابی) ویژه ^۷ (۱۳۹۲/۱)، بازنگری شده ۱۳۹۶/۹.	• انجمن‌ها، • شرکت‌های متعارف، • تعاونی‌ها، • بنیادها.
FI	- اشکال قانونی مختلف ثبت شده در قالب شرکت‌های اجتماعی (ادغام کاری)، (۲۰۱۲/۹۲۴ اصلاحیه ۲۰۰۳/۱۳۵۱)	• تعاونی‌ها، • بنیادها، • شرکت‌های با مسئولیت محدود، • انجمن‌های غیرانتفاعی.
FR	- شرکت‌های درج ^۸ (۱۹۹۱/۹۱)، بازنگری شده در سال ۲۰۱۸، - انجمن‌های تعاونی منافع جمعی ^۹ (۲۰۰۱)، - شرکت‌های هم‌بستگی منافع اجتماعی ^{۱۰} (۲۰۱۴)، - تعاونی‌های کار و اشتغال ^{۱۱} (۲۰۱۴).	• انجمن‌ها، • تعاونی‌ها (انجمن‌های تعاونی و مشارکتی) ^{۱۲} ، • بنیادها، • جوامع متقابل ^{۱۳} .
HR	- شرکت‌ها، تعاونی‌ها و مؤسسات دارای وضعیت کارگاه سرپناه یا کارگاه یکپارچه ^{۱۴} (۱۳۹۲/۱۵۷)، - اشکال قانونی مختلف با وضعیت شرکت اجتماعی (استراتژی ۲۰۱۵).	• انجمن‌ها، • شرکت‌های متعارف • شرکت‌های با مسئولیت محدود که توسط انجمن‌ها، مالکیت یا تأمین مالی می‌شوند، • بنیادهای خصوصی ^{۱۵} ، • مؤسسات خصوصی با مالکیت یا بودجه انجمن‌ها (استانوا) ^{۱۶} ، • تعاونی‌های اجتماعی، تعاونی‌های مددکاری اجتماعی جانبازان، تعاونی‌ها.
HU	تعاونی‌های اجتماعی (ادغام کاری، ۲۰۰۶/۱۴۱)	• ارتباطات با / بدون وضعیت منافع عمومی، • تعاونی با / بدون وضعیت عام‌المنفعه، • شرکت‌های متعارف، • بنیادها با / بدون وضعیت منافع عمومی، • شرکت‌های غیر انتفاعی با / بدون وضعیت منافع عمومی.
IE	-	• شرکت‌های تضامنی ^{۱۷} ، • شرکت‌های سهامی خاص ^{۱۸} .

- Limited Liability Social Cooperatives (Koispe)
- Koinsep
- Social And Solidarity Economy Status
- Civil Cooperatives
- Social Initiative Cooperatives (CIS)
- Social Integration Enterprises
- Special Employment Centres
- Insertion Enterprises
- Collective Interest Cooperative Societies (SCIC)
- Solidarity Enterprises Of Social Utility (ESUS)
- Cooperatives Of Activity And Employment (CAE)
- Cooperatives (Cooperative And Participative Societies – Scops)
- Mutual Societies
- Sheltered Workshop Or Integrative Workshop
- Private Foundations
- Private Institutions Funded/Owned By Associations (Ustanova)
- Companies Limited By Guarantee (CLG)
- Companies Limited By Share (CLS)



کشور	فرم و شکل نهادی شرکت اجتماعی	سازمان‌هایی که می‌توانند SE در نظر گرفته شوند، مشروط بر اینکه با سه بُعد تعریف عملیاتی اتحادیه اروپا مطابقت داشته باشند
IT	- تعاونی‌های اجتماعی نوع A (ارائه خدمات اجتماعی، بهداشتی و آموزشی) و تعاونی‌های اجتماعی نوع B (ادغام کاری) (۱۹۹۱/۳۸۱) - اشکال قانونی مختلف با وضعیت شرکت اجتماعی (۲۰۰۶/۱۵۵ و ۲۰۱۶/۱۰۶)	• انجمن‌ها، • تعاونی‌ها (برای مثال تعاونی‌های اجتماعی)، • بنیادها، • انجمن‌های کمک متقابل. ^۱
LT	اشکال قانونی مختلف با وضعیت شرکت اجتماعی (ادغام کاری، IX- (۲۰۰۴/۲۲۵)	• انجمن‌ها، • بنیادها، • شرکت‌های دولتی. ^۲
LU	- اشکال قانونی مختلف به‌عنوان سازمان‌های یکپارچه کاری (۲۰۰۹/۴۱) - شرکت‌ها و تعاونی‌های با مسئولیت محدود با وضعیت شرکت‌های تأثیر اجتماعی ^۳ (۲۰۱۶)	• انجمن‌ها، • شرکت‌های متعارف، • تعاونی‌ها، • بنیادها، • مشارکت متقابل. ^۴
LV	شرکت‌های با مسئولیت محدود با وضعیت شرکت اجتماعی (۲۰۱۷)	• انجمن‌ها، • بنیادها.
MT	-	• تعاونی‌ها، • سازمان‌های داوطلبانه.
NL	-	• انجمن، • تعاونی، • بنیادها، • شرکت‌های با مسئولیت محدود.
PL	- مؤسسات صنفی و حرفه‌ای ^۵ (۱۹۹۷/۷۷۶) - تعاونی‌های اجتماعی (ادغام کاری، ۲۰۰۶)	• سازمان‌های غیرانتفاعی کارآفرینی ^۶ (برای مثال، انجمن‌ها و بنیادها)، • شرکت‌های متعارف (شرکت‌های غیرانتفاعی).
PT	تعاونی‌های هم‌بستگی اجتماعی (۱۹۹۶/۵۱) انجمن‌ها، انجمن‌های مشارکت متقابل، ^۷ خانه‌های رحمت، ^۸ بنیادها، تعاونی‌های اجتماعی با وضعیت نهاد خصوصی هم‌بستگی اجتماعی ^۹ (۱۷۲-A/۲۰۱۴)	• انجمن‌ها، ^{۱۰} • تعاونی‌ها، • شرکت‌های با مسئولیت محدود و شرکت‌های سهامی.
RO	- انجمن‌ها، بنیادها و شرکت‌های متعارف به‌عنوان کارگاه‌های سرپناه ^{۱۱} (۲۰۰۶/۴۴۸) - اشکال قانونی مختلف با گواهی شرکت اجتماعی ^{۱۲} (۲۰۱۵/۲۱۹) - شرکت‌های اجتماعی ^{۱۳} : اشکال مختلف قانونی با علامت اجتماعی (۲۰۱۵/۲۱۹)	• انجمن‌ها، • تعاونی‌ها، • بنیادها، • شرکت‌های با مسئولیت محدود و سایر شرکت‌های تجاری، • انجمن‌های کمک‌های متقابل به بازنشستگان.
SE	-	• انجمن‌های اقتصادی، ^{۱۴} • شرکت‌های محدود، ^{۱۵} • انجمن‌های غیرانتفاعی.

1. Mutual Aid Societies
2. Public Enterprises
3. Societal Impact Companies (SIS)
4. Mutuels
5. Professional Activity Establishments (ZAZ)
6. Entrepreneurial Non-Profit Organisations (ENPOs)
7. Mutual Associations
8. Mercy Houses
9. Private Institution of Social Solidarity (IPSS)
10. Associations Without IPSS Status
11. Accredited as Sheltered Workshops
12. Social Enterprise Certificate
13. Social Insertion Enterprises
14. Economic Associations
15. Limited Companies

کشور	فرم و شکل نهادی شرکت اجتماعی	سازمان‌هایی که می‌توانند SE در نظر گرفته شوند، مشروط بر اینکه با سه بُعد تعریف عملیاتی اتحادیه اروپا مطابقت داشته باشند
SI	شرکت‌های با مسئولیت محدود با وضعیت شرکت برای افراد دارای ^۱ (۲۰۰۴)، - مؤسسات خصوصی، شرکت‌های با مسئولیت محدود و تعاونی‌های دارای وضعیت مرکز اشتغال (۱۳۸۳)، - اشکال قانونی مختلف با وضعیت شرکت اجتماعی (۲۰۱۱/۲۰) بازنگری شده در سال ۲۰۱۸.	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها، تعاونی‌ها، بنیادها، مؤسسات خصوصی.^۲
SK	شرکت‌های اجتماعی ادغام کاری (۵/۲۰۰۴، اصلاح شده ۲۰۰۸) - شرکت‌های اجتماعی (۱۱۲/۲۰۱۸)	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌های مدنی،^۳ تعاونی‌ها، بنیادها، شرکت‌های با مسئولیت محدود، صندوق‌های غیر سرمایه‌گذاری،^۴ سازمان‌های غیرانتفاعی ارائه‌دهنده خدمات عام المنفعه (سازمان‌های عام‌المنفعه).
UK	شرکت‌های اجتماع محور ^۵ (۲۰۰۴) (ثبت شده با عنوان شرکت CIC با مسئولیت محدود یا شرکت CIC محدود با سهام).	<ul style="list-style-type: none"> شرکت‌های تضامنی (CLG) با وضعیت خیریه، تعاونی‌ها (انجمن‌های اجتماعی محور یا انجمن‌های تعاونی اجتماعی - پیش از این نیز انجمن‌های صنعتی و تأمین‌کننده یا انجمن‌های ثبت شده).^۶
AL	انجمن‌ها، مراکز و بنیادهای دارای وضعیت شرکت اجتماعی (ادغام کاری، ۲۰۱۶/۶۵ مصوب شده، اما هنوز اجرایی نشده است).	<ul style="list-style-type: none"> تعاونی‌های کشاورزی، انجمن‌ها، مراکز^۷ بنیادها، شرکت‌های با مسئولیت محدود.
MK	-	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها، شرکت‌های متعارف که به‌عنوان فضاهای کاری سرپوشیده (پناه‌گاهی) فعالیت می‌کنند، تعاونی‌ها.
IS	-	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها، شرکت‌های متعارف، تعاونی‌ها، اشکال قانونی مختلف که به‌عنوان سازمان‌های توانبخشی حرفه‌ای فعالیت می‌کنند، بنیادهای خودگردان.
ME	-	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها، تعاونی‌ها، بنیادها، شرکت‌های با مسئولیت محدود، کارگاه‌های حفاظتی.^۸
NO	-	<ul style="list-style-type: none"> انجمن‌ها، تعاونی‌ها، بنیادها، مشارکت‌های عمومی و مسئولیت مشترک،^۹ شرکت‌های با مسئولیت محدود.

1. Status of Companies for PWDs

2. Private Institutes

3. Civic Associations

4. Non-Investment Funds

5. Community Interest Companies (CIC)

6. Community Benefit Societies or Community Cooperative Societies—Previously Industrial and Provident Societies or Registered Societies

7. Centres

8. Protective Workshops

9. General Partnerships and Shared Responsibility



کشور	فرم و شکل نهادی شرکت اجتماعی	سازمان‌هایی که می‌توانند SE در نظر گرفته شوند، مشروط بر اینکه با سه بُعد تعریف عملیاتی اتحادیه اروپا مطابقت داشته باشند
RS	شرکت‌های اجتماعی ادغام کاری برای معلولان (۲۰۰۹/۳۶)	<ul style="list-style-type: none"> • انجمن‌ها، • شرکت‌های متعارف، • تعاونی‌ها، • بنیادها.
TR	-	<ul style="list-style-type: none"> • شرکت‌های تجاری بنیادهای اجتماعی و «بنیادهای نوین». • شرکت‌های تجاری انجمن‌های دارای وضعیت عام‌المنفعه. • شرکت‌های متعارف، • تعاونی‌ها (عمدتاً زنان و آموزش و پرورش).

جدول ۳ پیوست. سیر تاریخی رسمیت یافتن شرکت‌های اجتماعی در اروپا [۱۰]

کشور	عنوان سیاست، قانون یا مقرر	رسمیت ^۱	تاریخ
FR	Law on Employment [...], Support for Social and Professional Integration, [...] (n.91, revised in 2018)	حقوقی	1991
IT	Law on Social Cooperatives (n.381)		
BE	Law on Social Purpose Companies (repealed in 2019)	حقوقی	1995
PT	Social solidarity cooperatives under Cooperative Code (n.51)	حقوقی	1996
PO	Act on Vocational and Social Rehabilitation and Employment of PWDs (n.776)	حقوقی	1997
EL	Limited liability social cooperatives (KoiSPE) under Law on Mental Health Services (n.2716)	حقوقی	1999
ES	Law on Social Initiative Cooperatives (CIS) (n.27)		
FR	Law on Collective Interest Cooperative Societies (SCIC)	حقوقی	2001
UK	Social Enterprise Strategy	سیاسی	2002
FI	Act on Social Enterprises (n.1351, revised n.924/2012)	حقوقی	2003
BG	Act on Integration of PWDs (n.81)		
LT	Law on Social Enterprises (n.IX-2251)		
SI	Act on Vocational Rehabilitation and Employment of PWDs	حقوقی	2004
SK	Act on Employment Services (n.5, revised in 2008)		
UK	Community interest company (CIC) under Companies Act		
HR	Strategy for Civil Society Development 2006-2011	سیاسی	
DE	Social and cultural cooperatives under Cooperatives Act		
HU	Government Decree on Social Cooperatives (n.141)		
IT	Legislative Decree on Social Enterprises (n.155)	حقوقی	2006
PO	Act on Social Cooperatives		
RO	Law on Protection of PWDs (n.448)		
ES	Law on Social Integration Enterprises (n. 44)	حقوقی	2007
LU	Law on Full Employment (n.41)		
RS	Act on Professional Rehabilitation and Employment of PWDs (n.36)	حقوقی	2009

کشور	عنوان سیاست، قانون یا مقررہ	رسمیت ^۱	تاریخ
EU	Social Business Initiative	سیاسی	2011
LU	Action Plan for the Development of Solidarity Economy		
UK	Big Society reform agenda		
EL	Law on Social Economy and Social Entrepreneurship (n.4019)	حقوقی	2011
SI	Act on Social Entrepreneurship (n.20, revised in 2018)		
BG	National Social Economy Concept	سیاسی	2012
HR	Strategy for Civil Society Development 2012-2016		
CZ	Social cooperatives under Business Corporations Act (n.90)		
EL	Strategic Plan for the Development of Social Entrepreneurship	سیاسی	2013
SI	Strategy for Social Entrepreneurship 2013-2016		
ES	Legislative Royal Decree on PWDs (n.1, revised 9/2017)		
HR	Act on Vocational Rehabilitation and Employment of PWDs (n.157)	حقوقی	2014
BG	Biannual Social Economy Action Plan 2014-2015	سیاسی	
DK	National Strategy for Social Enterprise		
PO	National Programme for Social Economy Development 2014-2018		
RO	National Strategy for Social Inclusion and Poverty Reduction 2014-2020	حقوقی	2014
DK	Act on Registered Social Enterprises (n.711)		
FR	Framework Law on Social and Solidarity Economy		
PT	Law on Private Institutions of Social Solidarity (IPSS) (n.172-A)	سیاسی	2015
EE	National Development Plan for Civil Society 2015-2020		
HR	Strategy for Social Entrepreneurship Development		
LT	Conception of Social Business	حقوقی	2016
RO	Law on Social Economy (n.219)		
BG	Biannual Social Economy Action Plan 2016-2017	سیاسی	2016
AL	Law on Social Enterprises (n.65)		
DE	Regulation on Sheltered Workshops		
EL	Law on Social and Solidarity Economy (n.4430)	حقوقی	2017
IT	Reform of the Third Sector and Social Enterprise (n.106)		
LU	Law on Societal Impact Companies (SIS)		
LT	Guidelines for Social Enterprise Projects	سیاسی	2017
LV	Law on Social Enterprises		
BG	Biannual Social Economy Action Plan 2018-2019	سیاسی	2018
CY	National Action Plan for the Development of Social Enterprise Ecosystem		
FR	Growth Pact for Social and Solidarity Economy		
LV	Cabinet Regulations on the Status of Social Enterprise	حقوقی	2019
SE	Strategy for Social Enterprise and Social Innovation		
UK	Civil Society Strategy		
BG	Act on Enterprises of Social and Solidarity Economy (n.240)	حقوقی	2019
SK	Act on Social Economy and Social Enterprises (n.112)		
IE	National Social Enterprise Policy 2019-2022	سیاسی	2019
PO	National Programme for Social Economy Development 2019-2023		
BE	Code on Companies and Associations	حقوقی	



جدول ۴ پیوست. فرم حقوقی خاص شرکت‌های اجتماعی در اروپا [۱۰]

مقررات	قانون	سیاست بخشی	سیاست ملی	قواعد منطقه‌ای (اتحادیه اروپا)	کشور	مخفف
x	x	x	x	✓	اتریش	AT
✓	✓	x	x	✓	بلژیک	BE
✓	x	✓	✓	✓	بلغارستان	BG
x	x	x	✓	✓	قبرس	CY
✓	x	x	x	✓	جمهوری چک	CZ
✓	x	x	x	✓	آلمان	DE
✓	x	x	✓	✓	دانمارک	DK
x	x	x	✓	✓	استونی	EE
x	✓	x	✓	✓	یونان	EL
✓	✓	x	x	✓	اسپانیا	ES
✓	x	x	x	✓	فنلاند	FI
✓	✓	x	✓	✓	فرانسه	FR
✓	x	x	✓	✓	کرواسی	HR
✓	x	x	x	✓	مجارستان	HU
x	x	x	✓	✓	ایرلند	IE
✓	✓	x	x	✓	ایتالیا	IT
x	✓	x	✓	✓	لیتوانی	LT
x	✓	x	✓	✓	لوکزامبورگ	LU
x	✓	✓	x	✓	لتونی	LV
x	x	x	x	✓	مالت	MT
x	x	x	x	✓	هلند	NL
✓	✓	x	✓	✓	لهستان	PO
✓	✓	x	x	✓	پرتغال	PT
	✓	x	✓	✓	رومانی	RO
x	x	x	✓	✓	سوئد	SE
✓	x	x	✓	✓	اسلوونی	SI
✓	✓	x	x	✓	اسلواکی	SK
✓	✓	✓	✓	✓	انگلستان	UK
x	✓	x	x	x	آلبانی	AL
x	x	x	x	x	ایسلند	IS
x	x	x	x	x	مونته‌نگرو	ME
x	x	x	x	x	مقدونیه شمالی	MK
x	x	x	x	x	نروژ	NO
✓	x	x	x	x	صربستان	RS
x	x	x	x	x	ترکیه	TR



- [1]. Peter H, Vargas Vasserot C, Alcalde Silva J (2023) The international handbook of social enterprise law: Benefit corporations and other purpose-driven companies. Cham, Switzerland: Springer;
- [2]. Yunus M, Dalsace F, Menascé D, Faivre-Tavignot B. (2015) Reaching the rich world's poorest consumers; 3(93).
- [3]. Bandyopadhyay C, Ray S. (2020) Social enterprise marketing: review of literature and future research agenda. MIP; 38(1):121–35.
- [۴]. عزت‌آبادی‌پور، حسام و محمدتقی، ضرغام‌افشار (۱۴۰۳) سلسله گزارش‌های تبیین و تنظیم کسب‌وکارهای اجتماعی، گزارش اول: مفهوم‌شناسی ۴(۳۲).
- [5]. Wang EL. (2024) Social enterprise in China: State-third sector relations and institutional effectiveness. Abingdon, Oxon, New York, NY: Routledge, Taylor & Francis Group. (Routledge Contemporary China Series).
- [۶]. عزت‌آبادی‌پور، حسام و سینا، شیخی و روح‌اله، مکارم (۱۴۰۲) اصلاحیه پیش‌نویس قانون شکل‌های اجتماعی (ویرایش دوم)، شماره مسلسل ۱۹۲۴۱.
- REPORT 2023; 31(6):1–32. Available from: URL: https://report.mrc.ir/article_9702.html.
- [۷]. عزت‌آبادی‌پور، حسام (۱۴۰۳). آسیب‌شناسی مراکز مثبت زندگی: گزارش ۱. ترسیم وضع موجود، شماره مسلسل ۱۹۵۷۲، ماهنامه گزارش‌های کارشناسی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. (11) 31-2024
- [8]. EVPA. Social Enterprise: From Definitions to Developments in Practice. London: Alliance Pub. Trust; 2010.
- [9]. OECD. Guidance on legal frameworks for social enterprises: Designing Legal Frameworks For Social Enterprises 2022.
- [10]. European Commission. Social enterprises and their ecosystems in Europe: Comparative synthesis report. 1st edition. Luxembourg: Publications Office of the European Union; 2020.
- [11]. Growth Pact for Social and Solidarity Economy; 2014.
- [12]. Balbo L. European Venture Philanthropy 2009. Available from: URL: <https://www.impacteurope.net/>.
- [13]. Nicholls A. Institutionalizing social entrepreneurship in regulatory space: Reporting and disclosure by community interest companies. Accounting, Organizations and Society 2010; 35(4):394–415.
- [14]. Legislative Decree on Social Enterprises; 2006.
- [15]. KMU Forschung Austria. Study on Practices and Policies in the Social Enterprise Sector in Europe. Austrian Institute for SME Research and TSE Entre; 2007.
- [16]. European Social Enterprise Monitor; n.d. Available from: URL: <https://euclidnetwork.eu/initiatives/european-social-enterprise-monitor>.



- [17]. n.d. Available from: URL: <https://bcorporation.net>] (<https://bcorporation.net>).
- [18]. n.d. Available from: URL: <https://www.socialenterprisemark.org.uk>.
- [19]. n.d. Available from: URL: <https://www.social-enterprise.nl>.
- [20]. n.d. Available from: URL: <https://www.phineo.org>.
- [21]. Foundation for Social and Economic Initiatives; n.d. Available from: URL: <https://www.fise.org.pl>.
- [22]. n.d. Available from: URL: <https://www.euclidnetwork.eu>.

گزیده سیاستی

کسب و کارهای اجتماعی به عنوان یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین ابزارهای توسعه اجتماعی، در تمامی کشورهای توسعه یافته دنیا مورد توجه و حمایت بوده است، اما این نهادها در ایران، حتی یک قانون جامع و مانع برای پذیرش رسمی آنها وجود ندارد.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: mrc@majles.ir