بنگاه اقتصادی ظهوری نو در جامعه مدنی

عادلی، سید محمد حسین

سیدمحمدحسین عادلی‏ بنگاه‏های اقتصادی در مرحله کنونی از اقتصاد کشور ظهوری نو پیدا کرده‏اند و یکی از عناصر مهم اقتصاد و جامعه به شمار می‏آیند که از جهات مختلف دارای‏ تعامل با دیگر اعضا جامعه مانند مردم و دولت هستند و در پی آنند که جایگاه خود را ارتقا بخشیده و نقش‏ مؤثرتری ایفا کنند.

بنگاه اقتصادی و تعامل‏های آن

رشد بدون توقف تولید ناخالص داخلی از سال 1368 به بعد،با تمام افت و خیزهای خود،از جمله موجبات‏ ظهور بنگاه‏های بزرگ و کوچک در اقتصاد و جامعه‏ کشورمان را فراهم آورده است.تولید کشور از طریق بنگاه‏های مختلف اقتصادی،در بخش‏های‏ گوناگون انجام می‏شود.در واقع،سازماندهی تولید در قالب انواع بنگاه‏ها از جمله اشکال طبیعی توسعه و رشد اقتصادی به شمار می‏آید.در ادبیات اقتصادی،به‏ اقتصاد کشورهای صنعتی که در قرن بیستم رشد کرد و همراه با ظهور بنگاه‏های بزرگ بود،اقتصاد بنگاه یا اقتصاد بنگاه مداری نیز گفته می‏شود.اقتصادی که در آن سهم اعظم تولید در اقتصاد را بنگاه‏ها در دست‏ دارند. (Morris Wood, 1791) البته منظور ما در این مقاله، بنگاه به معنی وسیع‏تر کلمه و شامل همه موسسات و اشکال حقوقی مختلف است که در عرصه اقتصاد کشورر به فعالیت مشغول هستند،بنگاه‏ها اعم‏ از خصوصی،مستقل،دولتی و بزرگ و متوسط و کوچک همه دارای نقش و تاثیر هستند.بدیهی است‏ بنگاه‏های بزرگ از اثر گذاری بیشتر مثبت یا منفی‏ برخوردارند و لذا توجه افزونتری را طلب می‏کنند.

ظهور بنگاه‏ها در اقتصاد و جامعه،ما را بر آن می‏دارد که به چند نکته مهم در این باره توجه می‏کنیم.

1.نخستین مطلب مهم،توجه به ظهور بنگاه‏های‏ اقتصادی در کشور است.باید متوجه شویم که اقتصاد

بنگاه اقتصادی

مردم برای انجام فعالیت‏های اقتصادی دست به ایجاد تشکل‏هایی مانند موسسه، شرکت،بنیاد،کارخانه و...می‏زنند که همه آن‏ها را می‏توان در شمار بنگاه اقتصادی‏ به حساب آورد.هدف بنگاه اقتصادی تولید کالا یا خدمت و عرضه‏ی آن به بازار است.از این طریق بنگاه اقتصادی دو هدف را تأمین می‏کند.هدف اول تأمین‏ نیازمندی موسسان،مدیران و کارکنان بنگاه است که از این طریق امرار معاش‏ می‏کنند و رضامندی شغلی به دست می‏آورند و هدف دوم کمک به تأمین بخشی‏ از نیازمندیهای جامعه است.در واقع رابطه اصلی یک بنگاه اقتصادی با جامعه را در درجه اول تولیدات و کارکرد اقتصادی بنگاه تعیین می‏کند.اما وقتی جامعه‏ توسعه می‏یابد،تعداد بنگاه‏ها نیز افزایش می‏یابد.گروهی از آنها توسعه می‏یابند و به بنگاه بزرگی تبدیل می‏شوند و تعامل بیشتری با جامعه پیدا می‏کنند،سهم بیشتری‏ در تأمین نیازمندی‏های جامعه به عهده می‏گیرند،اشتغال بیشتری به وجود می‏آورند و منافع گروه قابل توجهی از مردم اجتماع را حمایت می‏کنند.

در یک جامعه مدنی،بنگاه‏های کوچک نیز تشکل‏های خود را می‏آفرینند و از طریق‏ انجمن‏ها و یا اتحادیه‏های اختصاصی می‏کوشند جایگاه و نقش مؤثرتری در جامعه بیابند.

در واقع بنگاه‏های کوچک می‏خواهند در قالب تشکل‏های خود همان تعامل و نقش‏ اجتماعی را بیابند که یک بنگاه بسیار بزرگ در جامعه به تنهایی دارد.

بنا بر این اولین نکته‏ای که نمی‏توان انکار کرد این است که بنگاه‏های اقتصادی جزء اعضاء جامعه به شمار می‏آیند و دارای شخصیت و هویت ویژه‏ای هستند که از شخصیت‏ افراد آن مستقل است.بنگاه اقتصادی به دنبال حداکثر کردن منافع خود می‏باشد تا از این‏ طریق هم مدیران،هم سهامداران و هم کارکنان از آن بهره‏مند شوند.برای حفظ این‏ منافع و یا افزایش آن،بنگاه‏ها همواره به دو بخش می‏اندیشند یکی تصمیم گیرندگان‏ سیاسی و اقتصادی جامعه،که در واقع قواعد بازی را می‏نویسند،و دیگری،افکار عمومی امروز ما به تدریج به سمت یک سازماندهی جدید پیش‏ می‏رود؛سازماندهی که در آن،بنگاه‏ها اجزاء اصلی‏ محسوب می‏شوند.باید بنگاه اقتصادی را به عنوان‏ یک عامل و یا یک واحد در عرصه اقتصاد به رسمیت‏ بشناسیم و نقش آنرا از جهات مختلف شناسایی،تعریف‏ و سازماندهی کنیم.

2.بنگاه اقتصادی دارای دینامیسم پیچیده‏ای است که‏ سه نوع تعامل را در آن می‏توان تشخیص داد.اول‏ تعامل درونی بنگاه:این تعامل بین مدیریت،کارکنان‏ و کارگران و سهامداران وجود دارد.در واقع مدیران‏ بنگاه باید موازنه دقیقی بین خواستهای کارکنان‏ و مطالبات آنها با انتظارات سهامداران و مالکان بنگاه‏ بوجود آورند.تعامل دوم بین خود بنگاه‏هاست؛ مناسبات بین بنگاه‏های رقیب در یک بخش اقتصادی‏ و نیز مناسبات بین مجموعه بنگاه‏های هر بخش با یکدیگر از اهمیت زیادی برخوردار است.عدم‏ وجود سازماندهی مناسب بین بنگاه‏های موجود در یک بخش اقتصادی و یا اساسا فقدان سازمانی مناسب‏ برای حمایت از خواستهای صنفی به طور مسلم اثر منفی خود را در بازدهی اقتصادی جامعه خواهد گذاشت.سازماندهی‏های نامناسب و سنتی و ناکارآمد بنگاه‏های اقتصادی را در فضای بسیار سخت بدون‏ پشتوانه نگاه می‏دارد.آمار و تبعات منفی اقتصادی و سیاسی این وضع بسیار زیاد است که مجال دیگری‏ برای روشن کردن آن لازم است.

تعامل سوم که در واقع مهمترین تعامل مورد نظر ما است تعامل با جامعه است.نکته مهم این است که‏ باید بدانیم بنگاه با جامعه پیرامون خود در حال‏ دادوستد است،از جامعه استفاده‏ها و امتیازاتی می‏گیرد که باید در برابر آن نیز آماده ارائه‏ خدمات باشد.این تعامل در حقیقت تعریف‏ مشخصی از شخصیت بنگاه در اجتماع می‏دهد.

3.با توجه به کارکرد تعریف شده فوق از بنگاه باید توجه کنیم که بنگاه اقتصادی عضو مهمی از جامعه مدنی‏ محسوب می‏شود،همانطور که موسسات غیر دولتی در بخش‏های مختلف و رسانه‏ها عضو موثری از جامعه‏ مدنی هستند،بنگاه‏های اقتصادی نیز از اعضا جامعه‏ مدنی محسوب می‏شوند زیرا بنگاه‏ها بطور مداوم در حال اثرپذیری و اثرگذاری در جامعه می‏باشند.

بنگاه اقتصادی عضو جامعه مدنی

نظریه Corporatism از دیرباز در اروپا مطرح بود و مورد عمل قرار می‏گرفته است.نظریه سیاسی بنگاه‏مداری در واقع به مجموعه دکترین‏های سیاسی گفته می‏شد که‏ هدفش سازماندهی جامعه مدنی بر اساس بحث و مشورت بین نمایندگان حرفه‏ها و مشاغل مختلف بود. شناسایی بنگاه‏ها و ایجاد شورایی برای استماع نظریات‏ آنها در افکار اجتماعی کاتولیک‏های فرانسوی و ایتالیایی‏ نباید تصور کرد که هر چه‏ سیاست‏گذاران تصمیم می‏گیرند مدیران بنگاه‏ها آنرا بدون چون و چرا اجرا می‏کنند و یا اگر اجرا کنند سیاست مزبور می‏تواند بدون رضایت آنان پایدار باقی بماند

و نیز متفکران رومانتیسم و ایده‏آلیسم آلمانی وجود دارد. حتی هگل نیز در کتاب فلسفه خود شورای بنگاه‏ها را رابط بین دولت و جامعه مدنی می‏داند.دورکیم در فرانسه معتقد به این بود که بنگاه‏ها می‏توانند اصول‏ عمومی حقوق و قوانین صنعتی را که توسط مجالس سیاسی تعیین شده،بین کارکنان خود توجیه‏ کرده و انتشار دهند.همه این نکات نشان می‏دهد که از دیرباز بنگاه اقتصادی و صاحبان حرفه‏ها و مشاغل‏ مختلف به عنوان عناصری سیاسی مورد پذیرش جامعه‏ قرار داشته و کمابیش در ادراه امور اقتصادی،اجتماعی‏ و سیاسی دخالت داشته‏اند.

صرفنظر از اینکه در قرن‏های گذشته بنگاه اقتصادی در چه جایگاهی قرار داشته،امروز در جوامع توسعه یافته‏ جهان دارای ارتباط تعریف شده‏ای با دیگر اجزاء جامعه‏ هستند.

به این ترتیب با توجه به ظهور روزافزون بنگاه‏های‏ اقتصادی در کشورمان لازم است آنها را به عنوان عضو جامعه مدنی تلقی کنیم و برای آنها مسئولیت و نقش‏ ویژه‏ای قایل شویم.جامعه و بنگاه‏ها باید به طور مشترک‏ به فکر ارائه تعریفی روشن از نقش و مسوولیت بنگاه‏ها باشند.عدم سازماندهی نقش و مسوولیت بنگاه‏ها موجب‏ توقف آثار بنگاه در جامعه نمی‏شود،فقط مناسبات را آشفته می‏سازد.ماهنامه«روند اقتصادی»با شناسایی‏ بنگاه اقتصادی به عنوان یک عضو موثر در جامعه مدنی‏ در پی آن است که تحولات مربوط به نقش و آثار رفتاری‏ بنگاه‏ها در جامعه را به طور منظم بررسی کند.

4.در عین حالی که بنگاه دارای اثر است باید دانست‏ که مدیران هر بنگاه و تاثیر کارآیی و شخصیت آنها در بنگاه نیز از اهمیت وافری برخوردار است.مجموعه‏ی‏ مدیران کشور که مدیریت بنگاه‏ها را به عهده دارند در واقع در یک طرف و مجموعه‏ی مدیران سیاستگذار دولتی در طرف دیگر قرار دارند.در یک طرف مدیران‏ سیاستگذاری دولتی قواعد بازی و چارچوب کار را تعیین می‏کنند و در طرف دیگر مدیران بنگاه‏ها در این‏ چارچوب سعی بر انجام وظایف خود می‏کنند.در برابر کابینه سیاستگذاران،کابینه مدیران بنگاه‏ها وجود دارد. این دو کابینه باید با هم تعامل مناسب داشته باشند.

نوعی تناسب و توازن باید بر مناسبات آنها حاکم باشد. در واقع در برابر حدود 2000 مدیر دستگاه‏های دولتی که‏ همگی در هرم تصمیم‏گیری به نحوی نقش دارند، مجموعه‏ی 2000 نفری مدیران بنگاه‏های مختلف قرار دارند که نقش مهمی را در جامعه ایفا می‏کنند.

ماهنامه«روند اقتصادی»بنا دارد تا از طریق شناسایی و شناساندن مدیران بنگاه‏ها،چارچوب و فضای مناسب را برای تعریف مجدد و حمایت از نقش ایشان در جامعه فراهم‏ کند.سئوال این است آیا جامعه امروز ما از یک‏سو و بنگاه‏ها و مدیران از سوی دیگر آماده این شفاف‏سازی هستند؟

مردم.به همین دلیل بنگاه‏ها و یا انجمن‏های آنان علاوه بر هدف اول خود که تولید کالا یا ارائه خدمت تعیین شده است،به فکر تعامل با دیگر اعضا جامعه می‏افتند؛به این فکر که‏ چگونه بر تصمیم‏گیران سیاسی و اقتصادی اثر بگذارند؟چگونه افکار عمومی را به نفع‏ خود بسیج کنند؟و...

از همین‏روست که دیده می‏شود بنگاه‏های بزرگ از طریق برگزاری سمینارهای‏ علمی و مشورتی متعدد و استفاده از اندیشمندان طرفدار،می‏کوشند سیاست خاصی‏ را جا بیاندازند،نگه دارند،یا لغو کنند.این کار،گاه تا آنجا پیش می‏رود که حتی بنگاه‏ها از فعالیت‏های اجتماعی و انتخاباتی شخصیت‏های سیاسی حمایت‏های مالی می‏کنند. در واقع،دارندگان منافع اقتصادی،سرنوشت سیاست‏گذاری‏ها را رقم می‏زنند.از طرف دیگر مثالهای زیادی وجود دارد،از فعالیتهای فرهنگی بنگاه‏های اقتصادی به‏ منظور جلب توجه افکار عمومی مردم.خرید باشگاههای ورزشی،ترتیب دادن‏ برنامه‏های کنسرت موسیقی و جشنواره‏های مختلف،از آن قبیل است.

با توجه به کارکردهای بسیار مهم بنگاه اقتصادی،نتیجه این است که باید بنگاه‏ اقتصادی را به عنوان عضو مهمی از جامعه به شمار آورد.این که شرکت ایران‏ خودرو مخالف واردات خودرو به کشور است و برای اثبات سیاستهای حمایتی و ضد واردات،سمینار علمی برگزار می‏کند،اینکه شرکت سایپا باشگاه ورزشی دارد، و یا انجمن‏های تولید کننده‏ی برخی لوازم خانگی تعرفه‏های وارداتی تولیدات‏ خود را به وزارت صنایع و بازرگانی تحمیل می‏کنند،این که انجمن‏های‏ صادرکنندگان نسبت به تثبیت نرخ ارز اعتراض دارند و خواهان افزایش آنند و این که برخی بنگاه‏ها مستقیم یا غیرمستقیم از یک رسانه حمایت مالی می‏کنند و در برابر آن ما به ازا متناسب دریافت می‏کنند به معنی آن است که بنگاه‏های بزرگ‏ و کوچک ما در جامعه در تلاش برای ایفای نقش موثر هستند.