

پویشگران

سید علیرضا سیاسی راد - هادی حدادی

شماره ۰۰۳۲

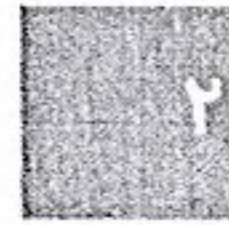


تشکل های اقتصادی خوب چیست؟

انجمن صنایع همگن نساجی

استان البرز

پاییز ۹۲



تشکل های اقتصادی خوب چیست؟ ۲

مقدمه

صاحبان کسب و کار و سرمایه برای حفظ و توسعه مالکیت خصوصی؛ همگرایی و فعالیت جمعی^۱ را برای مواجهه با موانع و حل مشکلات محیطی همواره در پیش گرفته اند. نهادهای صنفی یا "آهنوخشی" از زمان بسیار قدیم در ایران وجود داشته اند و یکی از چهار طبقه اجتماعی بشمار می رفتند. ضرورت حفظ آنها و توجه به حال آنها از درک نیاز به حاصل کار آنها ناشی می گردید. درک شده بود که فشار بر صاحبان حرف و بازاریان باعث فروماندن کارهای مردم که خود (در اثر تقسیم کار) قادر به رفع آن نیستند خواهد شد. در ایران پس از حمله اعراب، پیشه وران و صاحبان حرف با زندگی در شهرها، سر و کار داشتن با مردم و ابزار گوناگون اندازه گیری و برخورداری از سواد بطور نسبی، پس از کشاورزان بزرگترین و مهمترین و مؤثرترین طبقه اجتماعی بشمار می رفتند. پیشه وران در ایران معمولاً دانا و مطلع و از همان ابتداء (سده اول هجری) در جریان های فکری و سیاسی دخیل و سهیم بوده اند.^۲

از آغاز نهضت مشروطه بدین سو این همگرایی شکل نوین تری به خود گرفت و با نقش آفرینی آنان در مدرنیزاسیون همراه بود. در تاریخ نام حاج محمد حسین امین الضرب را به واسطه مشروطه خواهی، خیرخواهی اجتماعی، تجدد طلبی، موفقیت بی نظیر در تجارت و تلاش برای توسعه می شناسند (ساخت کارخانه ذوب آهن، آوردن برق به تهران، بنیانگذاری اتاق بازرگانی و تلاش جهت مدرنیزاسیون تجارت بخش خصوصی). با وجود این همه یادگار مثبت و گران بها از انسانی که تاریخ از او به نیکی محض یاد کرده، عجیب است در ایران خیابانی و کوچه ای بنامش نیست و نامی از او در کتاب های درسی نیامده است. بدون شک این سرنوشت محتوم بازاری و کارآفرین در اقتصاد و تاریخ ایران است چه آنکه پس از دوران امین الضرب هم هیچ کس مدالی و نشانی به بازاری و کارآفرین نداد و هرگز خیابانی به نام سرمایه دار و تولیدگر به ثبت نرسید. در عوض تاریخ زندگی بازاریان و صاحبان کسب و کار و سرمایه سرشار از اتهام های رنگین و فحش های سیاسی و ایدئولوژیک است که هنوز هم از رسمی ترین تریبون ها نثار آنها می شود.^۳ فعالان اقتصادی و کسب و کار با وجود منابع قابل قبولی که در اختیار داشته اند کمتر به فکر تغییر نگاه حاکمان و سیاست مداران و سیاست گذاران افتاده اند. همواره منتظر اتفاقات و جریان های پیرامونی بوده اند. کمتر خود اتفاق ساز و جریان ساز در عرصه سیاست گذاری عمومی شده اند. کمتر منافع و حقوق جمعی خود را بدرستی شناخته و پیگیری کرده اند.



تشکل های اقتصادی خوب چیست؟

قصدها در این نوشتار سیر تاریخی فعالیت صاحبان کسب و کار نیست بلکه هدف، ارائه تصویری است تحلیلی از وضعیت موجود تشکل های اقتصادی در ایران و دلایل عدم توسعه کافی آنان و همچنین بررسی دلایل ضعف آنها در توسعه زیست انجمنی در میان کارآفرینان و مدیران کسب و کار کشور که به درستی سرمایه های اجتماعی کشور محسوب می شوند، است. در این پرونده بیشتر بر عوامل درونی این سازمان ها تأکید می شود و در گام های بعدی به تحلیل وضعیت محیطی تشکل های اقتصادی و میزان مساعد یا نامساعد بودن فضای فعالیت آنها اعم از فضای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و ... می پردازیم.

تشکل اقتصادی خوب چیست؟

اداره تشکل اقتصادی عضو محور با اداره شرکت یا موسسه تجاری خصوصی متفاوت است. تشکل اقتصادی عضو محور شرکت مادر یا شرکت سهامی نیست که در آن اکثریت سهامداران درباره فعالیت ها، سرمایه گذاری، هزینه ها و غیره تصمیم گیری کنند.

همچنین تشکل اقتصادی عضو محور با حزب سیاسی که در آن نیز اکثریت در برابر اقلیت تصمیم گیری می کند، تفاوت دارد.

هدف تشکل اقتصادی عضو محور پیشبرد منافع مشترک اعضا در برابر دولت، اتحادیه های کارگری، سازمان های مصرف کننده و دیگر گروه های ذینفع است.

تشکل اقتصادی عضو محور سازمانی است که متعلق به اعضای آن است: اعضا قلب و قوت سازمان هستند. این اعضا هستند که درباره فعالیت ها، مقام و توسعه سازمانی تصمیم گیری می کنند، نه دبیران کل یا رئیس به تنهایی. حتی وقتی که رئیس از جانب اعضا اختیار تام دارد، بایستی مرتباً فعالیت های سازمان به اعضا اطلاع داده شود و آنها (در فعالیت های سازمان) طرف مشورت قرار گیرند و در جریان فعالیت ها باشند.

مسئله اداره یک تشکل اقتصادی عضو محور با اداره یک بنگاه نیز متفاوت است، رهبران سازمان برای انجام این کار نیازمند دارا بودن مهارت های خاصی هستند، آنان باید همیشه از نیازهای خاص و منافع اعضا آگاه باشند و به طور فعالانه ای به طرفداری از (منافع) آنان تفکر و اقدام نمایند. بر این اساس شیوه عمل و ارزیابی عملکرد انجمن های کسب و کار با ارزیابی سایر نهادها و سازمان های اجتماعی متفاوت است.



تشکل های اقتصادی خوب چیست؟

برای ورود به بحث ابتدا باید شناخت استانداردی از تشکل اقتصادی بدست داد تا بر اساس آن شناخت تشکل های اقتصادی ایران ممکن شود. به بیان ساده تر یک تشکل اقتصادی یا یک انجمن صنفی خوب چه انجمنی است؟ یا یک تشکل اقتصادی خوب باید چه ویژگی هایی داشته باشد؟ در زیر به برخی از این ویژگی ها اشاره می کنم.^۴

۱. یک تشکل صنفی باید همه بخش های صنعتی و بازرگانی حوزه خود را نمایندگی کرده و تمامی کالاها، خدمات و فرآیندهای آن بخش را پوشش دهد.
- یعنی تشکل های صنفی باید همه بخش ها اعم از تولید کنندگان، بازرگانان (صادرکنندگان و واردکنندگان)، مشاوران، پیمانکاران، ارائه دهندگان خدمات و . . . را دور یکدیگر جمع نموده و از تمامی آنها نمایندگی کنند. تفرق و پراکندگی در یک صنعت باعث تضعیف این تشکل ها در همگرایی و گفتگو و مذاکره با دولت خواهد شد. یک اصل کلیدی در دهه ۸۰ میلادی در انگلستان مطرح شده است که می گوید مادامی که در یک صنعت دو پیشنهاد توسط دو انجمن بر روی میز دولت قرار می گیرد، دولت هر دو را به کناری می نهد. لذا صدای واحد در هر صنعت از اصول فعالیت تشکلی است.
۲. یک تشکل خوب تشکلی است که نسبت قابل توجهی از شرکت های آن صنعت را نمایندگی کند. یعنی بتواند اکثریت قریب به اتفاق شرکت های فعال در آن بخش از صنعت را به عضویت و زیر پرچم خود درآورد تا میزان نمایندگی و قدرت تنظیم گری خود را افزایش دهد.
۳. هیئت مدیره یک تشکل خوب باید شامل نمایندگانی از طرف بخش های مختلف صنعت و شرکت های بزرگ آن صنعت باشد.
- یعنی نمایندگان تولید کنندگان، بازرگانان (صادرکنندگان و واردکنندگان)، مشاوران، پیمانکاران، ارائه دهندگان خدمات و . . . و البته نمایندگان شرکت های بزرگ باید در هیئت مدیره صاحب کرسی نمایندگی بوده و بطور منظم و کافی در برنامه ها و استراتژی ها حضور و مشارکت داشته باشند.



تشکل های اقتصادی خوب چیست؟ ۵

۴. یک تشکل اقتصادی خوب تشکلی است که عضویت در آن شامل هر دوی شرکت های بزرگ و کوچک و بازیگران کلیدی باشد.
یعنی اعضاء یک تشکل باید شامل همه بنگاه ها و شرکت های کوچک و متوسط و بزرگ باشد و نباید گروهی از آنان از عضویت و مشارکت محروم شوند.
۵. تشکل اقتصادی خوب مشارکت فعال نمایندگان همه بخش های مختلف اعضاء را جلب نماید.
یعنی در تصمیم گیری ها، سیاست گذاری ها و برنامه های سازمان، نمایندگان همه بخش های صنعت حاضر باشند تا منافع عده ای به خطر نیفتاده و گروهی به حاشیه رانده نشوند.
۶. تشکل اقتصادی خوب تشکلی است که بسه های پیشنهادی مناسب و جامعی برای ارائه به دولت و سایر نهادهای سیاست گذار و تصمیم گیر تهیه، ترویج و بدان ها ارائه نماید.
یعنی یک تشکل خوب باید بتواند نیازها و منافع صنعت خود را در همه حوزه های فضای کسب و کار نظیر صادرات، واردات، حقوق و دستمزد و روابط کار، کیفیت، مالی و بانکی و ... شناسایی، فرموله و بر روی میز سیاست گذاران قرار دهد.
۷. تشکل اقتصادی خوب تشکلی است که منابع مالی کافی در اختیار دارد. هم در تحصیل حق عضویت و هم در فروش خدمات به اعضاء و دیگران موفق است.
یعنی تشکل خوب باید بتواند منابع مالی مورد نیاز خود را از نه فقط از حق عضویت که از فروش خدمات به اعضاء، دولت و سایر ذینفعان تأمین نماید و پایداری و حیات و قدرت خود را فقط به حق عضویت گره نزند.
۸. تشکل اقتصادی خوب در رویکردهایش نسبت به کارکنان حرفه ای است.
یعنی کارکنان با استعداد را جذب و حفظ می کند. در صورت لزوم، افراد سطح بالای شرکت های عضو را برای اهداف سیاستی و نمایندگی به خدمت می گیرد.
۹. تشکل اقتصادی خوب باید حضور فعالی در عرصه عمومی داشته باشد.
یعنی با در اختیار داشتن یا تعامل مؤثر با رسانه ها و یا ابزارهای رسانه ای نسبت به طرح موضوعات و نیازهای اعضای خود در عرصه عمومی تلاش مستمر نماید.



شکل های اقتصادی خوب چیست؟^۶

۱۰. شکل اقتصادی خوب برنامه توسعه سالیانه یا سه ساله ای دارد که در آن اهداف، مأموریت، استراتژی ها و اولویت ها بصورت شفاف در مشورت با اعضاء مشخص شده است.

یعنی به واسطه حضور شکل ها در محیط کلان، متناسب با فضای کسب و کار، باید برنامه های سالیانه تهیه و به مورد اجرا گذاشته شود تا اعضاء نسبت به فعالیت ها و کارکردهای سالانه انجمن آگاهی یابند.

۱۱. شکل اقتصادی خوب همکاری های درون صنعتی را بین تأمین کنندگان و مصرف کنندگان و ... برای افزایش رقابت در محیط بین المللی ترویج می کند.

یعنی در راستای منافع جمعی به خصوص در محیط بین المللی گونه هایی از همگرایی و همکاری را تشویق، ترغیب و بالفعل می نماید.

۱۲. شکل اقتصادی خوب ارتباطات مؤثری را با ذینفعان شکل می دهد تا مطمئن شود که خدمات به صورت کافی و اثربخش به اعضاء عرضه می شود.

۱۳. شکل اقتصادی خوب همکاری و فعالیت با غیراعضاء و سایر انجمن ها را در موضوعات مشترک سازماندهی می کند.

یعنی حوزه هایی که در راستای منافع و حقوق اعضاست دست به همکاری و اقدامات مشترک با سایر انجمن ها و غیراعضاء می زند.

موارد زیاد دیگری نیز از ویژگی های یک انجمن خوب وجود دارد که در این نوشتار نمی گنجد. در مباحث بعدی تلاش می شود نسبت به وضعیت انجمن های صنفی و اقتصادی ایران بر اساس هر یک از پارامترهای فوق تحلیل مختصری صورت پذیرد تا فعالان کسب و کار و مدیران شکل ها نگاه جامع تر و عینی تری نسبت به انجمن صنعت خود پیدا نمایند.

^۶ Collective Action

^۱ رشیدی، علی - نظام اقتصادی، مشارکت اجتماعی و شکل گرایی - تهران: اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

^۲ طاهری، محمد - گرفتار تله تضاد؛ چرا بازار دیگر بازار نیست؟ - تهران: مهرنامه، شماره ۵، ۱۳۸۹مهرماه.

^۳ سایت DTI