

آیا رقابت رفتار اخلاقی را تباہ می کند؟

آندری شلایفر

ترجمه: محمد ندیری

استادیار دانشگاه تهران

m.nadiri@ut.ac.ir

آندری شلایفر، اقتصاددان روس-آمریکایی است. وی مدیر پروژه انسیتو توسعه بین‌المللی دانشگاه هاروارد از سال (۱۹۹۲-۱۹۹۷) بوده است. در سال ۱۹۹۹ برنده مдал باتیس کلارک شد که هر دو سال یکبار به خوش‌فکرترین اقتصاددان زیر ۴۰ سال در آمریکا اعطا می‌شود. این مдал به دلیل فعالیت‌هایش در زمینه‌های مالیه شرکت‌ها (مدیریت شرکت‌ها، حقوق و اقتصاد مالی)، اقتصاد بازارهای مالی (انحرافات از بازارهای کارا) و اقتصادهای در حال تغییر به وی اعطا شد. وی بر اساس رتبه‌بندی وب‌سایت IDEAS تأثیرگذارترین اقتصاددان حال حاضر در دنیاست و از نظر میزان ارجاع، رتبه نخست را در میان اقتصاددانان جهان در اختیار دارد.

این مقاله نشان می‌دهد، رفتارهایی که به لحاظ اخلاقی ناپسند تلقی شده و به دلیل وجود حس طمع‌ورزی و زیاده‌جویی تکوهش شده‌اند گاهی پیامد وجود رقابت در بازارند. من این دیدگاه را با ارائه ۵ نمونه از فعالیت‌های مورد انتقاد؛ یعنی اشتغال کودکان، فساد اداری، دستمزدهای پرداختی فوق العاده به مدیران اجرایی، دستکاری درآمد بنگاه‌ها و ورود دانشگاه‌ها به فعالیت‌های تجاری شرح داده‌ام. در تمام این مثال‌ها نشان داده شده است که چگونه فشارهای رقابتی موجب گسترش این نوع فعالیت‌های ناپسند می‌شود. هدف من در این مقاله تخطهٔ یا توجیه تمام این رفتارها یا برخی از آنها نیست بلکه تنها در پی تعیین نقش اساسی قلمرو رقابت در برابر زیاده‌جویی و پول‌پرستی هستم.

در این نوشتار اخلاق بدون در نظر گرفتن کارایی بررسی می‌شود. ارتباط بین این دو مفهوم پیچیده است. در بیشتر موارد اصول اخلاقی موجب تقویت رفتارهای گروهی شده و منجر به ارتقای عملکرد نهادهای اجتماعی می‌شوند. به عنوان نمونه ناپسند بودن فساد از منظر اخلاقی بر این ایده مبنی است که مقامات دولتی باید خودخواهانه از اعتماد عمومی سوءاستفاده کنند و اساساً با عملکرد مطلوب دولت‌ها جوامع نیز نقش بهتری را طی زمان ایفا می‌کنند. همچنین اصل اخلاقی مبارزه با کار کودکان تا حدی ناشی از تگرانی عمومی در زمینه استثمار اقویا توسط ضعفا است. اگر اصول اخلاقی باعث ترویج مشارکت اجتماعی شود نوعاً رفتار اخلاقی و رفتار کارا به همراه همدیگر خواهد بود.

در دیگر موارد، مطابقتی بین اصول اخلاقی و اصل کارایی وجود ندارد. دلیل این عدم تطابق یا این است که اصول اخلاقی که پیش‌تر با کارایی متناسب بودند، در حال حاضر دیگر مطابق هم نیستند و یا رفتارهایی که پیش‌تر در برخی از جوامع ایده‌آل‌گرا اخلاقی تلقی می‌شدند در شرایط کنونی وضعیت را وخیم‌تر می‌کنند.

*. این متن ترجمه منبع ذیل می‌باشد:

Shleifer, Andrei, "Does Competition Destroy Ethical Behavior?", *The American Economic Review*, Department of Economics, Harvard University, Cambridge, MA, 02138, Vol. 94, No. 2.

به عنوان مثال مبانی اخلاقی مخالفت با بدھی یا بهره که هزاران سال پیش موجه بوده دیگر کارا نیست و یا اشتغال کودکان در شرایطی که امکان دسترسی فراوانی به بازارهای سرمایه و یا فرصت‌های آموزشی وجود دارد انتکاره جالبی نیست، اما برای بسیاری از خانواده‌ها در کشورهای در حال توسعه، عدم اشتغال کودکان به معنای سوءتفذیه و یا بیماری است. مثال‌های موجود از عدم تطابق بین اصول اخلاقی و کارایی نشان می‌دهد این نتیجه‌گیری که تمام رفتارهایی که به عنوان الگوهای رفتاری غیراخلاقی ناپسند تلقی می‌شوند، لزوماً غیر کارا نیز هستند نادرست است. مثال‌هایی وجود دارد که نشان می‌دهند رفتارهایی که از آنها به عنوان اصول اخلاقی یاد می‌شود یا القای گروه‌های ذینفع یا سودرگمی ساده است. به عنوان مثال، تشویق اخلاقی به خرید کالای آمریکایی! یا شعار پرداخت دستمزد کافی برای امور معاش، توسط اتحادیه‌های کارگری برای کمک به اعضاشان و نه کمک به عموم مردم دیگرته می‌شوند. در زمان‌ها و مکان‌های مختلف، قبیله‌گرایی، نژادپرستی، مخالفت با یهود، تنفر از اغنا و دیگر احساسات غلط، بازتاب اخلاقیات حاکم بر جوامع است. در چنین مواردی، آنچه مردم آنها را به عنوان اصول اخلاقی قبول دارند با آنچه اقتصاددانان آن را کارا تلقی می‌کنند بسیار متفاوت است.

از برخی از مثال‌هایی که در زیر مطرح کردام این قضیه معتبر را می‌توان استنتاج کرد: رفتارهایی که غیراخلاقی تلقی می‌شوند ناکارا نیز هستند، البته در سایر مثال‌ها ایهام زیادی وجود دارد. بهر حال دل مشغولی من در این مقاله بررسی کارایی نیست، بلکه هدف من در این مقاله بیان نقش مؤثر رقابت اقتصادی در توضیح چرایی گسترش فعالیت‌هایی است که به لحاظ اخلاقی زشت و ناپسند شمرده شده‌اند.

در ۴ مورد از مثال‌هایی که در این مقاله مطرح شده‌اند، رفتارهای تکوہیده موجب کاهش هزینه‌ها می‌شوند (در مثال دیگر، رفتار مذموم اخلاقی منجر به افزایش درآمدها می‌شود). فرض شود که صاحبان بنگاه‌های اقتصادی به اصول اخلاقی پاییند بوده و چنین رفتاری نیز یک کالای عادی است. هنگامی که رفتارهای اخلاقی مذموم رقابت کنندگان منجر به کاهش هزینه‌ها می‌شود این موضوع قیمت‌ها را نیز در بازار کاهش می‌دهد و در نتیجه درآمد مالکان کاهش می‌یابد. با کاهش درآمد بنگاه‌ها تقاضای آنها برای رفتارهای اخلاقی پسندیده نیز کاهش می‌یابد که این منجر به گسترش عملکردهای غیراخلاقی و مذموم می‌شود. تحلیل این مقاله با ایده‌های کلاسیکی تحقیق پیکر (۱۹۵۷) در مورد تعیض ارتباط بسیار نزدیکی داشته و نشانگر گستره وسیعی از شرایط است که طی آن رقابت منجر به گسترش رفتارهای تکوہیده می‌شود.

۱. اشتغال کودکان

فشارهای رقابتی به دلایل مختلفی منجر به ورود کودکان به بازار کار می‌شود. اگر کار کودکان از استخدام بزرگسالان ارزان‌تر باشد (حتی اگر تفاوت در بهره‌وری این دو نوع نیروی کار را نیز به حساب آوریم) بنگاه‌های اقتصادی با استخدام کودکان هزینه‌های خود را کاهش می‌دهند. در این شرایط رقبا نیز یا باید کودکان را استخدام کنند و یا کسب و کار خود را تعطیل نمایند (یا در دنیای باثبات با کاهش سود، تمایل آنها برای عدم استخدام کودکان کاهش می‌یابد). در طرف عرضه نیروی کار بازار، اگر والدین برای رقابت با سایر خانواده‌ها جهت به دست آوردن غذا و یا برتری در سایر امور فرزندان خود را مجبور به کار کنند در این شرایط با رقابت بین خانواده‌ها کودکان بیشتری وارد بازار کار خواهند شد. هر یک از این دو عامل رقابتی (در سمت تقاضا یا عرضه) منجر به ورود کودکان به بازار کار می‌شود.

اینکه اشتغال کودکان امری مثبت و کارامد است یا نه؟ بستگی به عواملی از قبیل: ارزش‌گذاری صحیح آموزش از طرف کودکان و والدین، در دسترس بودن آموزش، گسترش کافی بازارهای مالی برای وام‌گیری خانواده‌ها به جای فرستادن کودکان به محیط کار، ساختار خانواده و غیره بستگی دارد. به احتمال فراوان هرچه این بازارها کارامدتر باشند، کودکان کمتری به بازار کار وارد خواهند شد.

۲. فساد

من و ویشنی (۱۹۹۳) در مقاله‌ای بین ۲ نوع از فساد، یعنی فساد با دزدی و فساد بدون دزدی، تمایز فائل شده‌ایم. در نوع اول از فساد، مقامات دولتی با کاهش پرداختی‌های مالیاتی و تعرفه‌ای اشخاص به دولت از آنها رشوه می‌گیرند. در نوع دوم فساد، کارمندان دولتی بابت ارائه خدماتی همچون اعطای جواز به متقاضی (که فرد بدون رشوه نیز آن را مستحق بود) رشوه اخذ می‌کنند. در سیستم اداری فاسد بدون وجود دزدی مستقیم در مقایسه با نظام اداری سالم هزینه‌ها افزایش می‌یابد، اما در نظام فاسد اداری که در آن دزدی جریان دارد هزینه‌ها کاهش می‌یابند. نوع دوم فساد هنگامی گسترش می‌یابد که بازارها رقابتی بوده باشند. هنگامی که بنگاه‌های رقیب بتوانند مالیات‌های خود را از طریق فساد و رشوه کاهش داده و یا کالاهای خود را با پرداخت رشوه اندکی با تعرفه‌های پایین‌تر از حد معمول وارد کنند، آنها می‌توانند منافع حاصل از این صرفه‌جویی در هزینه‌ها را به مصرف کنندگان خود انتقال دهند. پس در یک بازار رقابتی بنگاه‌ها یا باید رشوه دهند و یا از بازار خارج شوند. اگر هم صاحبان صنایع دارای انگیزه‌هایی برای پایندی به اصول اخلاقی باشند، با کاهش سود تمایل‌شان برای پایندی به این اصول کاسته می‌شود و این امر منجر به پرداخت رشوه توسط آنها می‌شود. با تشدید رقابت فشار برای کاهش هزینه‌ها افزایش یافته و در نتیجه فساد فراگیرتر می‌شود. فساد با دزدی دارای مزایای نسبی دیگری نیز هست: هم مقامات دولتی و هم رشوه‌دهنده‌گان سود می‌برند و هیچ کدام تمایلی برای گزارش دهی آن به پلیس ندارند. در مقابل، از آنجا که در فساد بدون دزدی هزینه‌ها افزایش می‌یابد پس رشوه‌دهنده‌گان بالقوه دارای انگیزه‌هایی برای شکایت هستند. بر اثر رقابت، فشار مضاعفی به مشاغل دولتی وارد می‌شود. در برخی از کشورها موقعیت‌های شغلی که در آنها امکان دریافت رشوه فراوانی وجود دارد توسط مقامات رسمی ارشد به مزایده گذاشته می‌شوند. کارمندان رسمی استخدامی رشوه‌گیرنده می‌باشند بابت استخدامشان، سهم آنها را از رشوه پردازنند. این رقابت در استخدام باعث گستره‌تر شدن فساد شده و مقامات دولتی درستکار به سادگی نمی‌توانند از عهده مناصب خود برآیند و افرادی متصلی پست‌ها می‌شوند که بتوانند رشوه ییشتی اخذ کنند. این تأثیرات

فشار رقابتی، هم بر فساد با دزدی و هم فساد بدون دزدی صادق است و نشان می‌دهد که چرا فساد بدون دزدی نیز (حتی در حالتی که هزینه‌ها را افزایش می‌دهد) فرآگیر است.

۳. حقوق مدیران

در سال‌های اخیر پاداش پرداختی به مدیران اجرایی بازتاب منفی شدیدی داشته است. اتفاق نظر وجود دارد که بخش فراوانی از حقوقی پرداختی به مدیران عالیرتبه، پاداش کار نیست و مزایایی هستند که توسط رؤسای هیئت‌مدیره‌های (CEO_s)^۱ طماع از هیئت‌مدیره‌های ناکارامد به اجبار اخذ شده است (برتراند، ۲۰۰۱ و بیچاک و فراید، ۲۰۰۳) بدون شک این دیدگاه دارای بهره‌ای از حقیقت است اما رقابت برای جذب مدیران عالیرتبه، دست کم در حباب‌های اخیر بازار بورس، نقش آفرین بوده است.

فرض شود که مدیران نتوانند هیچ نوع مزایایی را کسب کنند و حقوقشان تنها به‌واسطه بهره‌وری نهایی‌شان یا تأثیرشان در سوددهی بنگاه‌ها تعیین شود. برای سهامداران حداکثرسازی ارزش بازاری بنگاه‌های اقتصادی مهم است که ارزش آن در یک بازار کارا برابر با ارزش حال سود انتظاری است. با فرض اینکه یک مدیر مشخص نتواند کمک خاصی به یک بنگاه اقتصادی در بین بنگاه‌های اقتصادی رقیب نماید سطح حقوق و مزایایش کاهش خواهد یافت.

حال در فرض دیگر و به صورت جایگزین فرض شود که بازارها کارامد نیستند و انتظارات در مورد رشد آتی سهام و قیمت سهام را می‌توان دستکاری کرد. فرض کنید که برخی از مدیران دارای توان بالایی در دستکاری این انتظارات هستند که این امر دست کم در کوتاه‌مدت منجر به افزایش قیمت سهام بنگاه می‌شود. چنین حباب‌های موقت قیمتی در بازار سهام بنگاه خاص برای سهامداران بسیار با ارزش است زیرا آنها می‌توانند سهامشان را در هنگام حباب بفروشند و یا اینکه این شرکت‌ها می‌توانند مشتریان دیگری را با این سهام دارای قیمت‌گذاری بالا جذب کنند. به عبارت دیگر، مدیرانی که بتوانند در بازار سهام حباب ایجاد کرده و یا حباب موجود در بازار سهام را استمرار بخشنده‌زینه دارایی‌های خالص خود را کاهش می‌دهند. در این صورت پاداش و دستمزد مدیرانی که در خلق این حباب‌ها توانمندتر از بقیه باشند، به‌واسطه رقابت در میان بنگاه‌ها برای ایجاد این حباب تعیین می‌شود. در این بازار ارزش مدیرانی که قادر به کاهش هزینه‌های سرمایه از طریق حفظ حباب موجودند، بسیار زیاد است و در نتیجه پرداختی و دستمزد آنها رقابتی می‌شود. در این صورت شرکت‌ها می‌توانند برجسته‌ترین مدیران را در بخش‌های فناوری و یا سایر بخش‌های جذاب خود به کار گمارند و با تشویق آنها منافع

1. Chief Executive Officer

فراوانی برای سهامداران خود ایجاد کنند. بنگاه‌ها برای این خدمت مدیران (حتی زمانی که آنها هیچ کمکی به افزایش سود و یا رشدشان نیز نمی‌کنند) دستمزد پرداخت می‌کنند.

با آنکه در این مثال بازار برای مدیران کاملاً رقابتی و کاراست، اما هنوز در این بازارها مدیران با استعدادی که دارای توانایی افزایش بهای سهام در یک بازار مالی غیر کارا می‌باشند، دارای جایگاه هستند. در سال‌های اخیر مطالعات نظری و تجربی در خصوص بازارهای سهام ناکارا به ویژه در مورد حباب تکنولوژی افزایش یافته است (افک و ریچاردسون، ۲۰۰۳)، (شلیفر، ۲۰۰۰). دقیقاً در همان دوره ما شاهد رشد فراینده پرداختی‌های بالا به ویژه در بنگاه‌های با قیمت‌گذاری بالا هستیم. در هنگام ترکیدن حباب، موضوع این پرداختی‌های ویژه به حرص و طمع رؤسای هیئت‌های مدیره نسبت داده می‌شود. با این حال معقول به نظر می‌رسد که سهامداران در خلال حباب از دادن پاداش به این نوع مدیران (به‌دلیل اینکه ارزش سهامشان را افزایش داده‌اند) راضی باشند.

۴. دستکاری ارقام درآمدها

مشابه افزایش پرداختی به مدیران اجرایی در خلال حباب تکنولوژی، ناظران به رشد گسترده فعالیت‌های مشترک نامطلوب مانند دستکاری ارقام اعلامی درآمدهای یک شرکت به صاحبان سهام اشاره می‌کنند. شرکت‌ها به‌طور فراوان درآمدهای صوری‌شان (درآمدهایی که بر اساس اصول پذیرفته شده حسابداری گزارش نمی‌کنند) را در وب‌سایت‌های ایشان منتشر می‌کنند (دی آولیو و همکاران، ۲۰۰۲). میزان درآمدهای مخدوش به ویژه برای کارخانه‌های دارای تکنولوژی بالا بسیار بالاتر از درآمدهایی است که به شیوه معمول محاسبه می‌شوند. همچنین شرکت‌ها برای بالانشان دادن درآمدها، به‌طور گسترده رشد درآمدهای ایشان را یکدست کرده و برای استخراج درآمدشان از شیوه جمع‌آوری اطلاعات از روی نوشته‌ها^۱ استفاده می‌کنند و همچنین فرضیات نرخ بازدهی حقوق را تغییر می‌دهند (برگسترسر و فیپون، ۲۰۰۳ و برگسترسر و دیگران، ۲۰۰۳). البته برخی شرکت‌ها از شیوه‌های کاملاً غیرقانونی در روش گزارش دهی درآمدهای ایشان استفاده می‌کنند. شواهد فراوانی وجود دارد که در واقع این حقه‌های حسابداری یانگر اقدامی عاملانه برای انحراف و بهره‌برداری از افکار سهامداران است. شرکت‌ها این استراتژی‌ها را به کار می‌برند تا به‌طور دقیق مقدار درآمدشان را پیش از کشف سود و پیش از اجرای اختیار خرید یا فروش سهام توسط مدیران، مطلوب نشان دهند (برگسترسر و دیگران، ۲۰۰۳) با توجه به شواهد فراوان موجود، ناظران سقوط معیارهای اخلاقی در شرکت‌ها تجاری را تقبیح کرده‌اند.

1. Accruals

تحقیقات مربوط به دستکاری در ارقام درآمدی، اهمیت رقابت برای جلب سرمایه‌ها و وجود را نادیده می‌گیرند. بنگاه‌های اقتصادی در دوره حباب با اعلام بالاتر رشد درآمدها، انگیزه فراوانی برای افزایش قیمت سهامشان دارند. اگر شرکتی بتواند با دستکاری درآمد قیمت‌گذاری بالاتر سهام خود را تداوم بخشد این امر منجر به کاهش هزینه پرداختی به سرمایه و کسب سهام توسط این شرکت شده و این شرکت می‌تواند مدیران و کارکنان قابلی را برای اجرای خرید و فروش اختیارات سهام جذب کرده و یا حتی اوراق قرضه جدیدی را منتشر کند. همچنین برای برخی دیگر از شرکت‌ها این عمل شیوه‌ای برای ادامه فعالیت در بازار است. بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی نوپای دارای تکنولوژی بالا همانند آمازون دات کام^۱ فعالیت‌های جاری‌شان را با انتشار سهم مالکیت (سهم عادی دارایی خالص) تأمین مالی کرده‌اند. بدون وجود اصول حسابداری خلاقانه، هزینه سرمایه شرکت‌ها برای بقا و ادامه فعالیت در بازار بسیار بالا خواهد بود. علاوه بر این برای بسیاری از بنگاه‌های تکامل‌یافته و قوی، قیمت‌گذاری بالای دارایی‌شان، تنها برای ادامه فعالیتشان به عنوان یک شرکت مستقل اهمیت دارد و نه اینکه این دغدغه را داشته باشند که سهامشان توسط شرکت‌های دیگر دارای قیمت‌گذاری بالاتر خریداری شود. ویشنی و من نشان داده‌ایم که در بازار اعمال کنترل (خرید یکجای سهام یک شرکت برای کنترل آن)^۲ دو گزینه وجود دارد: یا تصاحب دیگر شرکت‌ها و یا تصاحب توسط سایر شرکت‌ها (شلیفر و ویشنی، ۲۰۰۳). بنگاه‌ها برای اعمال استراتژی اول یعنی تصاحب سایر شرکت‌ها نیازمند قیمت‌گذاری بالاتر سهام خود هستند. بنابراین فشارهای رقابتی در گسترش روش‌های حسابداری یکسان مؤثرند.

۵. فعالیت‌های تجاری دانشگاه‌ها

در ک باک (۲۰۰۳)، رئیس پیشین دانشگاه هاروارد، در کتاب جنجالی اخیرش نگرانی خود را در خصوص تجاری‌سازی دانشگاه‌ها بیان کرده است. به عقیده باک، دانشگاه‌ها در برنامه‌های ورزشی پول‌ساز به‌شدت فعالند. هرچند این کار منافعی را برای آنها ایجاد می‌کند، اما ضوابط تحصیلی پذیرش دانشجو را تضعیف می‌نماید. دانشگاه‌ها تحقیقات محض تجاری را انجام می‌دهند که در تضاد با فرصت‌های مطالعاتی اساتید، انتخاب اولویت‌های تحقیقی و حتی در تضاد با تعهد به امکان دسترسی و افشاء کامل نتایج تحقیقات است. همچنین در سال‌های اخیر، دانشگاه‌ها بیش از پیش فعالیت‌های

1. Amazon. com
2. Takeover Market

تجاری آموزشی الکترونیکی را پیگیری می کنند. بر اساس دیدگاه بوک، توجه به این امور موجب تضعیف رسالت اصلی پژوهشی این دانشگاهها و آموزش دانشجویانشان شده است.

با اینکه باک از گسترش این امور ابراز تأسف کرده است، اما وی به نقش اساسی رقابت نیز واقف است. دانشگاهها برای انجام رسالت‌های اصلی‌شان مانند جذب بهترین استاد و دانشجویان (جذب بهترین استاد برای آموزش بهترین دانشجویان)، انجام فعالیت‌های عمرانی و تأمین امکانات تحقیقاتی و غیره به منابع مالی نیاز دارند. دانشگاهها برای جذب استاد و دانشجو بهشدت رقابت می کنند و تا حدی به این رقابت تن می دهند که منابع مالی حاصل از این فعالیت‌های تجاری، موجب برتری آنها در این رقابت شود. در اینجا نیز مانند سایر مثال‌هایی که ارائه نمودم، رقابت منجر به گسترش فعالیت‌های تجاری در میان مراکز علمی می شود.

۶. چه باید کرد؟

پنج مورد از فعالیت‌هایی که مردم آنها را بر اساس اصول اخلاقی مذموم می دانند در این مقاله بیان شد. این فعالیت‌ها عبارت بودند از: اشتغال کودکان، فساد، دستمزدهای پرداختی بسیار بالا به مدیران، دستکاری درآمدها و تجاری‌سازی دانشگاهها. این مثال‌ها نشان می دهد که چگونه رقابت منجر به گسترش رفتارهای ناپسند می شود.

جوامع برای منع این نوع فعالیت‌ها چه ابزارهایی را می توانند به کار گیرند؟ همانگونه که پیش تر بیان شد، مشخص نیست که همیشه منع این رفتارها مفید باشد. فساد (رشوه) باعث می شود که شرکت‌های کوچک از نظارت‌های غیرمنطقی و بیش از حد دوری کنند و در عمل توسعه و پیشرفت اقتصادی را تسریع نمایند. اشتغال کودکان، شرایط اقتصادی کودکان و والدینشان را در وضعیتی که تنها گزینه پیش رویشان گرسنگی و سوء‌تغذیه است، بهبود می بخشد. میزان دستمزدهای کارآفرینان تکنولوژی بیان کرده‌اند که حسابداری مرسوم به شرکت‌هایشان آسیب می زند زیرا پرداختی بالا به مدیران موجب انتصاب مستعدترین مدیران به بنگاههای پویای در حال رشد می شود. برخی از سرمایه‌گذاران از فهم ماهیت موقعی زیان‌های شرکت‌هایشان عاجزند و بنابراین آزادی عمل در گزینش انتخاب سیستم‌های حسابداری برای درستی محاسبات ضروری است. درنهایت اینکه تجاری‌سازی دانشگاهها این امکان را برای آنها فراهم می سازد که وظایف اساسی‌شان را بهتر انجام دهند.

من دست کم ۳ راهبرد را برای محدود کردن و کاستن از فعالیت‌های غیراخلاقی پیشنهاد می کنم که البته اجرای آنها مستلزم افزایش میزان اجبار است. این ۳ راهبرد عبارتند از: فشار بلندمدت بازار، تحریک اخلاقی و نظارت دولتی. برخی از اقتصاددانان نگرش خوش‌بینانه‌ای را بیان می کنند. آنها معتقدند

که بازارها مشکلات مطرح شده را در بلندمدت رفع می‌کنند. در صورت مخالفت واقعی عموم مردم با کار کودکان، بنگاه‌هایی که کودکان را به کار نمی‌گیرند قادرند کالاهای خود را با قیمت‌های بالاتری عرضه کنند. بنگاه‌هایی که با پرداختی‌های بسیار بالا به مدیران در پی افزایش صوری قیمت سهام بنگاه‌شان هستند یا بنگاه‌هایی که درآمدهایشان را دستکاری می‌کنند در آینده با یأس ناگهانی سرمایه‌گذاران مواجه شده و هزینه‌های بالاتری را (و نه پایین‌تری) برای جذب سرمایه خواهند پرداخت و یا دانشگاه‌هایی که دارای فعالیت‌های تجاری هستند، از جذب اساتید و دانشجویان توانند بازخواهند ماند.

این استدلال‌ها در رابطه با رقابت بلندمدت قانع کننده نیست. هرچند افکار عمومی در بلندمدت می‌تواند بر بنگاه‌ها فشار آورد، اما مردم در کوتاه‌مدت در پی کالاهای ارزان‌قیمت‌اند و به تولید کنندگان آن نمی‌اندیشند. شرکت‌های تابعه نوظهور بازار که در تولیدات خود از کودکان استفاده نمی‌کنند و به حساسیت خریداران کفش تولیدی توسط بزرگ‌سالان احترام می‌گذارند، به طور قطع در بازار دوام نخواهند آورد. یا بنگاه‌هایی که درآمدشان را دستکاری نمی‌کنند و یا برای جذب مدیران لائق و مستعد رقابت نمی‌کنند، به دلیل وقایع اتفاقی، قادر به ادامه فعالیت به عنوان یک بنگاه دارای ماهیت مستقل در بازار در بلندمدت نیستند.

سرانجام اینکه، دانشگاه‌هایی که در پی تجاری‌سازی فعالیت‌هایشان نیستند، احتمال دارد که بهناگاه اعتبار علمی‌شان در مقایسه با سایر دانشگاه‌ها کاهش یافته و دیگر توانند این اعتبار را جبران کنند. کوتاه‌سخن اینکه نتیجه‌بخشن بودن رقابت بسیار زمان بر است و حتی در بلندمدت در بهبود ارزش‌های اخلاقی مؤثر نیست.

مؤثرترین راهبرد، راهبرد تحریک اخلاقی است. افراد می‌توانند (از طریق تحریک یا شاید حتی از طریق تحریم شرکت‌ها) شرکت‌ها را قانع سازند تا کودکان را به کار نگیرند یا درآمدها را دستکاری نکنند و یا پرداختی‌های بیش از حد به مدیران را قطع کنند. در ک باک (۲۰۰۳) تحریک اخلاقی دقیقاً از این رهیافت برای ترغیب مدیران دانشگاه‌ها جهت کاهش تجاری‌سازی دانشگاه‌ها استفاده کرده است.

تحریک اخلاقی احتمالاً زمانی کارساز است که رقابت بسیار شدید نباشد. اعتراضات می‌تواند مانع استخدام کودکان از طرف خود شرکت نایک (که مزیتش به واسطه معروفیت نامش است) یا توسط شرکت‌های تابعه‌اش شود. تحریک اخلاقی می‌تواند تجاری‌سازی در دانشگاه‌های ثروتمندی که دارای موقوفات فراوانند را کاهش دهد. هر اندازه که رقبای یک شرکت ثروتمندتر باشند، آن شرکت می‌بایست برای توجه به اخلاق هزینه بیشتری پردازد، اما مشکل تحریک اخلاقی این است

که هنگامی که رقبا هیچ مزیتی ندارند، تحریک اخلاقی بهندرت در برابر نیروهای رقابت مقاومت می کند. این دقیقاً چراجی فراگیر بودن پدیدههایی است که من شرح دادم. حتی اگر هیئت مدیره یا سهامداران شرکتی متقاعد شوند که دستکاری ارقام درآمدها، پرداختی‌های بیش از حد به مدیران اجرایی یا اشتغال کودکان در کشورهای درحال توسعه رفتار اخلاقی زشتی است، اما این نگاه اخلاقی کاملاً به واسطه ضرورت بقا و ادامه فعالیت تجاری یک شرکت محدود می شود. حتی در ثروتمندترین دانشگاه‌های خصوصی نیز برای جذب استاد و دانشجو رقابت به حدی شدید است که در بهترین حالت شاید بتوان خوشبین بود که جریان تجاری‌سازی فعالیت‌های دانشگاه‌ها به تأخیر بیفتد. پس در اکثر موارد تحریک اخلاقی نمی‌تواند مانع فشارهای رقابتی شود.

نقش مقررات دولتی در این زمینه چیست؟ دولت‌ها اغلب ورود به این فعالیت‌ها را محدود می کنند و یا شیوه‌های غیراخلاقی جهت کاهش هزینه‌ها را منوع می‌سازند. دولت‌ها انواع مختلف فساد را منع کرده و مجازات جزایی را بر افرادی دستگیر شده تحمیل می‌کنند. در کشورهای توسعه یافته دولت‌ها اشتغال کودکان را منوع کرده‌اند. در بیشتر کشورها، دولت‌ها بر گزارش‌های مالی شرکت‌ها نظارت دارند و اقدام به کنترل پرداختی‌های به مدیران نموده‌اند. سرانجام اینکه حتی در ایالات متحده آمریکا که دانشگاه‌ها خصوصی هستند ولی غیرانتفاعی بودنشان آنها را در انجام فعالیت‌های تجاری محدود می‌کند، دولت‌ها در تمام مثال‌هایی که در این مقاله مطرح شد دخالت دارند هرچند ماهیت مداخله‌شان متفاوت است.

البته نمی‌توان از نظارت دولتی انتظار موفقیت فراوانی داشت بهویژه در موقعی که قدرت اجرایی دولت‌ها محدود است. حتی اگر دولت‌ها در مبارزه خود باسیاست‌های کاهش هزینه شرکت‌ها، به دلیل رقابت، خیراندیش نیز باشند (که تعمیم آن بسیار بعید است) به احتمال زیاد شکست خواهد خورد و این تا حدی دلیل رواج و تداوم فساد، کار کودکان و شیوه‌های حسابداری ناسالم است.

در صورتی که این تحلیل جامع باشد، منجر به نتایج بسیار نامیدکننده‌ای می‌شود. جهانی شدن و غلبه اقتصاد آزاد و عدم مداخله دولت در اقتصاد منجر به تشدید رقابت در اکثر کشورها و بازارها در سرتاسر دنیا شده است. آیا این فرایند حاکی از آن است که رفتارهای خلاف اخلاق نیز در حال گسترش است؟ به باور من پاسخ به ۲ دلیل متفاوت منفی است. دلیل نخست این است که رقابت منشأ اصلی رشد تکنولوژی و ایجاد ثروت در سرتاسر دنیا است. دقیقاً آن نیروهایی که باعث تقویت رفتارهای ناپسند اخلاقی در بازار می‌شوند موجب تحریک بنگاه‌های اقتصادی به نوآوری و تولید محصولات جدید شده و منجر به رشد اقتصادی می‌شوند. با ثروتمندتر شدن جوامع، انگیزه آنها برای رعایت معیارهای اخلاقی هم به واسطه الزام دولت‌ها وهم به واسطه انتخاب‌های شخصی افزایش می‌یابد.

نتیجه اینکه نخست؛ هم حمایت‌های اخلاقی و هم مجازات قانونی در کشورهای ثروتمند تأثیرگذاری بیشتری دارند و منجر به عملکردهای اخلاقی‌تر در اقتصاد می‌شوند. دوم؛ همانگونه که بنیامین فریدمن (۲۰۰۴) اثبات نموده است؛ با افزایش رفاه جوامع، نگرش آنها نیز در مورد مسائل اخلاقی تغییر می‌کند. در حال حاضر اصول اخلاقی جهان‌شمولي که بر تعاون و مشارکت جمعی تأکید دارند جانشین نگرش‌های قبیله‌ای و محلی تنگ‌نظرانه شده‌اند. همانگونه که در مقدمه بحث بیان شد، اصول اخلاقی مبتنی بر مشارکت با نظریه‌های علمی از کارایی تناسب زیادی دارند. با توجه به این دو دلیل، یعنی افزایش توجه به معیارهای اخلاقی و اصلاح تطابق بین اصول اخلاقی و کارایی، احتمالاً رقابت رفتارهای اخلاقی را در بلندمدت تقویت خواهد کرد.

منابع

- Bebchuk, Lucian & Jesse Fried (2003), "Executive Compensation as an Agency Problem", *Journal of Economic Perspectives*, miSummer, Vol. 17, No. 3, PP. 71-92.
- Becker, Gary (1957), *The Econocs of Discrimination*, Chicago: University of Chicago Press.
- Bergstresser, Daniel, Desai, Mihir & Joshua Rauh (2003), *The Gerstner Effect* Mimeo, Harvard Business School.
- Bergstresser, Daniel & Thomas Philippon (2003), *CEO Incentives and Earnings Management*, Mimeo, Harvard Business School.
- Bertrand, Marianne & Sendhil Mullainathan (2001), "Are CEOs Rewarded for Luck? The Ones without Principals Are", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 116, No. 3, PP. 901-932, August.
- Bok, Derek (2003), *Universities in the Marketplace: The Comnmercialization of Higher Education*, Princeton, NJ: Rinceton University Press.
- D'Avolio, Gene, Gildor, Efi & Andrei Shleifer (2002), "Technology, Information Production and Market Efficiency", in *Economic policy for the Information Economy*, Kansas City, MO: Federal Reserve Bank of Kansas City, PP. 60-125.
- Friedman, Benjamin (2004), *The Moral Consequences of Economic Growth*, New York: Knopf.
- Ofek, Eli & Matt Richardson (2003), "DotCom Mania: The Rise and Fall of Internet Stocks", *Journal of Finance*, Vol. 58, No. 3, PP.1113-1138, june.
- Shleifer, Andrei (2000), *Ineficient Markets*, Oxford, U.K.: Oxford University Press.
- Shleifer, Andrei & Robert Vishny (1993), "Comption", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 108, No. 3, PP. 599-617, August.
- Shleifer, Andrei (2003), "Stock Market Driven Acquisitions", *Journal of Financial Economics*, Vol. 70, No. 3, PP. 295-311, December.