

حمایت هوشمند و پیشرفت اقتصادی؛ الگویی پویا برای رابطه دولت و بازار

سید یاسر جبرائیلی*

چکیده

رابطه بین دولت و بازار یکی از اساسی‌ترین موضوعات مورد بحث در اقتصاد سیاسی است. قدرت‌های صنعتی و به لحاظ اقتصادی پیشرفته دنیا، در برهه‌هایی از تاریخ مدعی شده‌اند که پیشرفت اقتصادی آن‌ها در سایه مکانیسم خودتنظیم بازار و عدم مداخله دولت در اقتصاد اتفاق افتاده و به کشورهای دیگر توصیه کرده‌اند، اگر سایر کشورها می‌خواهند همچون آنان صنعتی شوند، باید اقتصاد را به مکانیسم بازار بسپارند؛ اما بررسی تاریخ پیشرفت خود این کشورهای صنعتی یا کشورهایی که در دوره جدید به پیشرفت اقتصادی رسیده‌اند، نشان داده است، هرگز دولت در این کشورها مدیریت اقتصاد را به مکانیسم بازار نسپرده و به انحاء مختلف نقش حمایتی را در رابطه با تولید ایفا کرده است. نظریه «حمایت‌گرایی هوشمند» که در مقاله حاضر به‌عنوان یک الگو برای رابطه پیچیده بین دولت و بازار پیشنهاد گشته، با ابتنا بر تجربه کشورهای پیشرفته تدوین شده است. دولت در این نظریه، نقش حامی، هادی و ناظر را دارد و به اقتضای شرایط اقتصاد یا شرایط خاص یک صنعت، متناسب با نیروهای بازار رابطه برقرار می‌کند.

واژه‌های کلیدی: دولت، حمایت‌گرایی هوشمند، بازار، تجارت آزاد

طبقه‌بندی JEL: A۱۱، H۱۱، G۲۸، G۱۸

* عضو هیئت علمی پژوهشکده حکمت

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۲/۲۲

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۱/۱۴

فصلنامه راهبرد اقتصادی، سال ششم، شماره بیست‌وسوم، زمستان ۱۳۹۶، صص ۱۶۸-۱۳۹

مقدمه

مسئله نقش و حدود مداخله دولت در حیطه اقتصادی و رابطه دولت و بازار از اساسی‌ترین مناقشات در دوران مدرن بوده است (کروچ، ۱۳۸۸، ص ۵۴). در یک چشم‌انداز کلی، عنصر تعیین‌کننده سیستم اقتصادی کشورها نیز برحسب نوع رابطه دولت-بازار و حدود مداخله دولت در عرصه اقتصادی تعیین می‌شود (هایامی، ۱۳۹۲، ص ۲۵۷). از مهم‌ترین مسائل پیش روی اقتصاددانان و نهاد دولت در کشورهای در حال توسعه، چگونگی تعریف نقش دولت در تدوین برنامه‌های توسعه است و اینکه آیا دولت باید مدیریت اقتصاد را به مکانیسم بازار بسپارد یا دست به سازمان‌دهی نیروهای بازار بزند. در یکسو لیبرال‌ها یا لیبرترین‌ها قرار دارند که هر نوع حضور و مداخله دولتی را نفی می‌کنند و از طرف دیگر کمونیست‌ها هستند که ملی کردن تمام اشکال مالکیت و برنامه‌ریزی اقتصادی مرکزی را لازم می‌دانند. «آدام اسمیت»^۱ که مباحث آن ذیل بحثی با عنوان «آموزه دست نامرئی» شناخته می‌شود، بیان می‌کند که آزادسازی نیروهای بازار باعث بهترین شکل از تخصیص منابع، نوآوری عرضه کالاها با کمترین قیمت و بالاترین کیفیت و در نهایت رشد اقتصادی می‌شود. او منتقد رویکردی بود که دولت و دولتمردان را واجد صلاحیتی بیش از دیگران برای شناخت و هدایت بازار می‌دانست. مطابق روحیه لیبرالی که به عنوان ناظری بی‌طرف نگاه بدینانه‌ای به دولت دارد، اسمیت معتقد بود که دولت اساساً فاقد توانایی شناخت کامل بازار و هدایت خیرخواهانه است (ساندین و دیگران، ۱۳۹۳، صص ۴۸-۴۷). اعتقاد اقتصاد نئوکلاسیک به وجود تعادل در بازار از طریق عرضه و تقاضا است که

ادامه‌دهنده سنت اسمیت بوده است؛ اما به تحلیل پدیده‌های اقتصادی ابعاد روشمندتری داده است. اقتصاددانانی از جمله «جونز»، «والراس»، «میل»، «منگر»، «مارشال»، «هایک» و «فریدمن»، بر باور کلاسیک‌ها بوده و آن را تقویت کرده‌اند. با این دیدگاه نیروهای بازار - که عرضه و تقاضا باشند - در شرایط رقابت کامل بازیگران اقتصادی صورت می‌گیرند و متضمن تخصیص بهینه منابع و بیشه‌سازی مطلوبیت و رفاه می‌شوند. اصل مزیت نسبی بین کشورها و وجود تجارت آزاد بازارهای بین‌المللی را شکل می‌دهد که به تقسیم کار بین‌المللی و صلح منجر می‌شود.

با تکیه بر همین ادبیات نظری، قدرت‌های صنعتی و به لحاظ اقتصادی پیشرفته امروز دنیا به‌ویژه انگلستان و آمریکا در برهه‌هایی از تاریخ مدعی شدند پیشرفت اقتصادی آن‌ها در سایه مکانیسم خودتنظیم بازار و عدم مداخله دولت در اقتصاد اتفاق داده و به کشورهای دیگر توصیه کرده‌اند که اگر می‌خواهند مانند آنان صنعتی شوند، باید اقتصاد را به مکانیسم بازار بسپارند، مرزهای تجاری را بردارند و تجارت آزاد را سرلوحه سیاست‌های بازرگانی خود قرار دهند؛ اما در کشورهایی که به این توصیه‌ها عمل کرده‌اند، فرایند استعمار تداوم یافته و نه تنها صنعتی نشده‌اند، بلکه وضعیت عقب‌ماندگی‌شان تثبیت شده و بازارشان به تصرف کالاهای خارجی درآمده و به بحران‌های متعددی گرفتار شده‌اند. از دیگر سو، بررسی تاریخ پیشرفت خود این کشورهای صنعتی، یا کشورهایی که در دوره جدید به پیشرفت اقتصادی رسیده‌اند، نشان می‌دهد هرگز دولت در این کشورها مدیریت اقتصاد را به مکانیسم بازار نسپرده و به انحاء مختلف نقش حمایتی را در رابطه با تولید ایفا کرده است. مقاله حاضر، مدلی برای رابطه دولت-بازار برای تحقق پیشرفت اقتصادی ارائه می‌دهد که نه بر اساس اعمال مالکیت دولت بر ابزار تولید است و نه بر مبنای واگذاری اقتصاد به مکانیسم بازار.

۱. ادبیات نظری و پیشینه تحقیق

«بنیادگرایی بازار»^۱ شکل افراطی اعتقاد به مکانیسم خودتنظیم بازار است که حذف کامل اعمال مدیریت و وضع مقررات دولتی در اقتصاد را توصیه می‌کند. این

عبارت را نخستین بار در سال ۱۹۹۸ «جرج سوروس»^۱ در کتاب «بحران سرمایه‌داری جهانی» استفاده کرده است: «این عقیده در قرن نوزدهم با عنوان «لسه‌فر»^۲ شناخته می‌شد؛ اما من عنوان بهتر «بنیادگرایی بازار» را برای آن یافته‌ام. به باور بنیادگرایان بازار منافع عمومی هنگامی به بهترین شکل خود تأمین می‌شود که مردم مجاز باشند، منافع شخصی‌شان را دنبال کنند» (Soros, ۱۹۹۸, P ۱۲). وی همچنین اظهار کرده است: «پشتوانه نظام سرمایه‌داری جهانی یک ایدئولوژی است که ریشه در تئوری رقابت کامل دارد. بر اساس این تئوری، بازارها میل به تعادل دارند و وضعیت تعادل، بهترین حالت تخصیص بهینه منابع است. ایجاد هرگونه مانع در برابر رقابت آزاد، در کارآمدی بازارها اختلال ایجاد می‌کند؛ بنابراین باید از شکل‌گیری این موانع جلوگیری شود» (Soros, ۱۹۹۸, P ۱۹۶).

داده‌های تاریخی این ادعای بنیادگرایان بازار را اثبات نمی‌کند که بازار به خودی خود و خارج از هرگونه اعمال مدیریت و سازمان‌دهی، در نتیجه جستجوی منافع شخصی توسط افراد، منابع را به بهترین شکل تخصیص داده و منافع عمومی را تأمین می‌کند؛ بلکه در مقابل، بررسی تجربه کشورهای پیشرفته نشان می‌دهد این دولت‌ها بوده‌اند - نه مکانیسم خودتنظیم و دست نامرئی - که بازارها را معماری و سازمان‌دهی کرده‌اند تا منابع به شکل بهینه برای تأمین منافع عمومی تخصیص پیدا کند. در مقابل، هرگاه دولت از سازمان‌دهی بازار کنار کشیده و بازار را آزاد گذاشته است، منافع عمومی دچار مخاطرات جدی و منافع خصوصی برخی گروه‌های متنفع و پر قدرت تأمین شده است.

در مکاتب مختلف اقتصادی، ممکن است برای نهاد بازار ویژگی‌های متفاوتی توصیف یا تجویز شود؛ اما تمامی مکاتب وجود بازار را برای هر فعالیت اقتصادی، شرط لازم می‌دانند. اقتصاددانان بر روی این گزاره اشتراک نظر دارند که «نتیجه محرومیت از بازار، مرگ یک بنگاه است»^۳. می‌توان این گزاره را به شکل دیگری نیز بازنویسی کرد: «اگر بازاری وجود نداشته باشد، کالایی خلق نخواهد شد» و به

۱. Gorge Soros

۲. laissez faire

۳. No Market, No Company

عبارت دیگر، اگر نیروی تقاضا شکل نگیرد، ابداعات و اختراعات اتفاق نخواهند افتاد. یک تولیدکننده کالا هراندازه کیفیت بالا و قیمت پایین‌تری ارائه کند، در صورت نداشتن دسترسی به بازار برای فروش محصول، از بازگشت سرمایه و سود محروم شده، سرانجام با اتمام سرمایه اولیه نخواهد توانست تأمین هزینه‌های تولید را ادامه دهد و ناچار به تعطیلی بنگاه خود خواهد شد. بر همین مبنا، هر چه دسترسی یک بنگاه به بازار گسترده‌تر و سهل‌تر باشد، شرایط مساعدتری را برای انباشت سود و توسعه کمی و کیفی محصول فراهم خواهد کرد. به همین دلیل یکی از تعیین‌کننده‌ترین عوامل در موفقیت یک بنگاه یا یک مجموعه اقتصادی، متشکل از بنگاه‌های متنوع، چه به صورت مطلق و چه در نسبت با رقبای اقتصادی، امکان دسترسی به بازار و میزان بهره‌مندی از آن است. در دیگر سو، اگر تقاضای تضمین‌شده‌ای وجود نداشته باشد، اختراعات و ابداعات هرگز به تولید نخواهند رسید. البته ممکن است انتقال ایده به عینیت، گاهی در سطح یک نمونه متجلی شود، اما این تقاضای تضمین‌شده در بازار هست که ایده را به تولید انبوه می‌رساند و توجیه اقتصادی برای آن ایجاد می‌کند.

تحقیقات گسترده‌ای درباره رابطه بهره‌مندی از بازار با رشد و پیشرفت اقتصادی کشورها انجام شده است. به باور آدام اسمیت که ریشه رشد اقتصادی را در «تقسیم کار»^۱ می‌داند، تقسیم کار محدود به اندازه بازار است (Smith, ۱۷۷۶, P ۳۱).

«آلبرتو آل سینا»^۲، استاد اقتصاد سیاسی دانشگاه هاروارد و همکارانش در کتاب «دستنامه رشد اقتصادی»^۳، با اشاره تحقیقات متعددی نشان داده‌اند که دسترسی به بازار بزرگ‌تر به دلیل رقابتی‌تر کردن محصولات، رشد اقتصادی را افزایش می‌دهد (Alesina et al, ۲۰۰۵, P ۱۵۰۴). گزارش سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ مجمع جهانی اقتصاد صراحت دارد: «از آنجایی که بازارهای بزرگ امکان بهره‌برداری از صرفه‌های ناشی از مقیاس را فراهم می‌کند، بهره‌وری را افزایش

۱. Division of Labour

۲. Alberto alesina

۳. Handbook of Economic Growth

می‌دهد» (World Economic Forum, ۲۰۱۴).

از نظر «مورفی»^۱، «شلیفر»^۲ و «ویشنی»^۳، عملاً هر کشوری که در ۲۰۰ سال اخیر رشد سریع قدرت تولید و استانداردهای زندگی را تجربه کرده است، از طریق صنعتی شدن بوده و اندازه بازار در جهش و صعود صنعتی نقش اساسی داشته است (Murphy, Shleifer & Vishny, ۱۹۸۹) و بالاخره، این توصیف «رابرت گیلپین»^۴ از اهمیت بازار به‌خوبی نقش این نهاد را در شکل‌گیری صنعت و تکنولوژی جدید بیان کرده است: «نمی‌توان جهش علمی قرون ۱۷ و ۱۸ را که اساس و پایه صنعت و تکنولوژی جدید را بنا نهاد، تنها ناشی از عملکرد انگیزه‌های اقتصادی دانست. علم ناشی از کنجکاوی بشر و جستجوی او برای درک هستی است؛ اما بدون تقاضای بازار برای کارایی بیشتر و محصولات جدیدتر، انگیزه بهره‌گیری از علم و توسعه نوآوری و تکنولوژی نمی‌توانست چندان قابل ملاحظه باشد. اگرچه پیشرفت علم، عرضه بالقوه صنایع جدید و تکنولوژی را افزایش می‌دهد، این بازار است که تقاضای لازم را برای به وجود آوردن تکنولوژی فراهم می‌سازد» (Gilpin, ۱۹۸۷, P۱۷).

بنابراین بازارها به‌خودی‌خود منشأ تقاضا نمی‌شوند و اندازه آن‌ها به‌صورت خودکار کوچک یا بزرگ نمی‌گردد. در واقع این دولت‌ها هستند که نیروهای بازار را بر اساس برنامه‌های پیشرفت خود، سازمان‌دهی می‌کنند. «جوزف استیگلتز»^۵ برنده نوبل اقتصاد تعبیر دقیقی در این باره دارد: «واقعیت این است که بازارها در بهترین وضعیت در دو قرن اخیر در افزایش چشمگیر کارایی و استانداردهای زندگی نقش محوری ایفا کرده‌اند، افزایشی که در دو هزاره اخیر سابقه نداشته است؛ اما دولت‌ها نیز در این پیشرفت‌ها نقش کلیدی ایفا کرده‌اند، حقیقتی که طرفداران بازار آزاد تمایلی ندارند، صحبتی از آن به میان آورند. باید اطمینان

۱. Kevin M Murphy

۲. Andrei Shleifer

۳. Robert W. Vishny

۴. Robert Gilpin

۵. Joseph Eugene Stiglitz

حاصل کنیم که بازارها به نفع توده مردم فعالیت می‌کنند و این روند پیوسته باید کنترل شود تا مطمئن باشیم فعالیت آن‌ها در این مسیر ادامه می‌یابد. این امر در دوره پیشرفت آمریکا مدنظر بود» (استیگلتز، ۱۳۹۴، ص ۲۲).

بر اساس دیدگاه «ها جون چانگ»، «با وجود اینکه کشورهای پیشرفته جهان در طول تاریخ خود سیاست‌های حمایتی داشته‌اند، امروز آنچه این کشورها به کشورهای فقیر و رو به پیشرفت توصیه می‌کنند و حتی با فشار به آن‌ها می‌قبولانند، برخلاف تاریخ و تجارب خودشان است. «بانک جهانی»^۱ و «صندوق بین‌المللی پول»^۲ انگاره لیبرالیسم اقتصادی را بر کشورهای فقیر جهان تحمیل کرده‌اند که نتایج خوبی هم به دست نیامده است. کشورهای پیشرفته امروزی جهان به کشورهای فقیر می‌گویند، آنچه ما می‌گوییم انجام دهید؛ نه آنچه ما انجام داده‌ایم!» (Chang, ۲۰۰۷).

درباره آنچه کشورهای پیشرفته امروزی برای رسیدن به پیشرفت «انجام داده‌اند»، ادبیات معتنا بهی وجود دارد. «کنت مورگان» می‌نویسد، از انقلاب شکوهمند تا شکست فرانسه به رهبری ناپلئون در «واترلو»، «اقتصاد سیاسی امپراتوری بریتانیا» به واسطه یک چارچوب مرکانتلیستی بیمه شد. به گفته «چارلز مایر» امپراتوری بریتانیا به عنوان یک ساختار مرکانتلیستی شروع شد و تا قرن نوزدهم مرکانتلیستی باقی ماند (Maier, Charles, ۲۰۰۶).

«گوردون وود»^۳ معتقد است که تا اواخر دهه ۱۷۸۰، جهان زیر سلطه «قدرت‌های مرکانتلیستی» قرار داشت و به طور خاص بریتانیا به دنبال «سیاست‌های تجاری مرکانتلیستی» بود (Wood, ۲۰۰۹, P ۱۵).

بر طبق گفته «یولس گرانت»^۴ رئیس جمهور ایالات متحده آمریکا از سال ۱۸۶۹ تا ۱۸۷۷: «طی قرن‌ها، اقتصاد انگلستان بر حمایت‌گرایی تکیه داشت و در این روند حتی راه افراط را در پیش گرفته و به نتایج مطلوبی نیز رسیده بود. شکی

۱. World Bank

۲. IMF (International Monetary Fund)

۳. Gordon Wood

۴. Ulysses S. Grant (۱۸۸۵ – ۱۸۸۲)

نیست که توانایی امروزی انگلستان به واسطه این سیستم (حمایت‌گرایی) است. بعد از دو قرن، این کشور صلاح خود را در آن می‌بیند تا تجارت آزاد پیشه کند؛ زیرا به این نتیجه رسیده است که دیگر حمایت‌گرایی برایش فایده‌ای ندارد» (Frank, ۱۹۶۷). وی در ادامه می‌گوید که آمریکا هم وقتی دو‌یست سال حمایت‌گرایی کرد و به پیشرفت رسید، «تجارت آزاد» پیشه خواهد کرد.

«جرج مانبیت»^۱ صاحب‌نظر انگلیسی می‌نویسد: «یک‌چیز درباره تاریخ تجارت کاملاً روشن است: حمایت از تولید داخلی شما را ثروتمند می‌کند. انقلاب صنعتی برآمده از حمایت‌گرایی بود. برای مثال، سال ۱۶۹۹ ما واردات پشم از ایرلند را ممنوع و در ۱۷۰۰ واردات کتان از هند را منع کردیم. برای حمایت از صنایع نوزاد خود، ما تقریباً بر واردات همه کالاهای صنعتی، تعرفه‌های وحشیانه‌ای را وضع کردیم» (The Gaurdian, ۲۰۰۸). واقعیت این است که بریتانیا با انقلاب صنعتی در نیمه دوم قرن هجدهم، برتری‌اش را بر کشورهای دیگر به لحاظ فناوری افزایش داد. سلطه بریتانیا در قرن هجدهم به دلیل حمایت از صنایع نوزاد بود. مهم‌ترین و اولین مؤلفه این سیاست، حمایت تعرفه‌ای بود. بریتانیا تعرفه‌های سنگین و بالایی را روی تولیدات صنعتی کشورهای خارجی وضع کرد. حتی دو نسل بعد از انقلاب صنعتی که به لحاظ فناوری برتر و جلوتر از ملت‌های رقیب خود بود، اقدامات حمایتی دیگری علاوه بر حمایت‌های تعرفه‌ای انجام شد. پیش از همه، بریتانیا، ورود تولیدات برتر و بهتر از برخی کشورهای مستعمره خود را منع کرد که ممکن بود این کالاها صنایع داخلی‌اش را به خطر اندازد (Chang, ۲۰۰۲, PP ۲۲-۲۳).

درباره پیشرفت صنعتی آمریکا نیز ادبیات مشابهی به نفع حمایت‌گرایی وجود دارد. «پاتریک بوکانان» درباره تاریخ حمایت‌گرایی آمریکا می‌نویسد: «ایالات متحده پشت یک دیوار تعرفه، ساخته واشنگتن، همیلتون، کلی، لینکلن و رؤسای جمهور جمهوری‌خواهی که این کار را تداوم دادند، از یک جمهوری ساحلی ارضی به بزرگ‌ترین قدرت صنعتی جهان تا به حال، آن‌هم صرفاً در یک قرن،

۱. George Joshua Richard Monbiot

تبدیل شد. چنین سیاست موفق‌ی به حمایت‌گرایی از تولیدات داخلی معروف است که امروزه ناپسند قلمداد می‌شود» (Buchanan, ۱۹۹۸). بوکانان مدعی است که ایالات متحده اقتصاد قوی و مرفه خود را مدیون موانع تجاری است.

مطالعه تاریخ اقتصاد سیاسی فرانسه نیز شواهد قابل توجهی درباره نقش حمایتی دولت در پیشرفت این کشور اروپایی به دست می‌دهد. یکی از مشهورترین شخصیت‌های سیاسی حمایت‌گرا در فرانسه، «ژان بپتیست کولبرت»^۱، وزیر مالیه لوئی چهاردهم (پادشاه فرانسه) است. کولبرت از سال ۱۶۶۴ تا ۱۶۸۳ در این منصب ایفای وظیفه کرد. او در جریان حدود ۲۰ سال خدمت خود، اقتصاد کشورش را از ورشکستگی بیرون آورد، صنایع داخلی را بهبود بخشید، تجارت را رونق داد و اصلاحات زیادی را در سیستم مالی فرانسه انجام داد. به‌طور مثال چند نمونه از اقدامات وی بدین شرح است: در سال ۱۶۶۵ «صنعت آیین‌سازی شاهی» را بنیان گذاشت و در سال ۱۶۷۲، برای حمایت از صنعت آیین‌سازی فرانسه، واردات آیین را از ایتالیا منع کرد. به همین ترتیب، صنایع نساجی را برای دربار شاهی تأسیس و فعالیت کمپانی هند شرقی فرانسه را تقویت و رفتن کارگران ماهر فرانسوی به خارج از کشور را ممنوع اعلام کرد. اقتصاددانان نظریه‌ها و سیاست اقتصادی «کولبرت» را که موجب رشد چشمگیر اقتصاد فرانسه شد، به نام «کولبرتیزم»^۲ نامیده‌اند، اما در یک معنای کلی و صحیح‌تر، باید نظریات وی را زیرمجموعه سیاست حمایت‌گرانه دانست.

علی‌رغم ادبیات موجود درباره ضرورت حمایت‌گرایی از تولید داخلی و قوت استنادی و شواهد تاریخی، «معمای بازار» در سطح نظری همچنان لاینحل باقی مانده است. خلأ مطالعات پیشین این است که مدل و الگویی برای چگونگی روابط دولت و نیروهای بازار ارائه نکرده‌اند. مقاله حاضر تلاش دارد در چارچوب نقش «حامی، هادی و ناظر»، پنج نوع رابطه برای دولت با نیروهای بازار ارائه کند.

۲. نظریه حمایت هوشمند

۱. Jean-Baptiste Colbert (۱۶۱۹ – ۱۶۹۳)

۲. Colbertism

نظریه حمایت هوشمند که در این مقاله ارائه می‌شود، نوعی تلاش برای حل معمای دولت و بازار و گامی در مسیر پایان دادن به مجادله‌ای تاریخی درباره نوع رابطه این دو نهاد است. «حمایت هوشمند» دقیقاً در نقطه مقابل «بنیادگرایی بازار» قرار دارد، اما در دام دولت‌گرایی به معنای تصدی‌گری دولتی نیز نیفتاده است. این نظریه «نقش بنیادی بازار» را در پیشرفت کشورها و تأمین منافع ملت‌ها مفروض می‌گیرد؛ اما ضمن قائل بودن به مکانیسم بازار به عنوان یک عنصر اساسی پیشرفت، سازمان‌دهی آن را به دست دولت و به اقتضای شرایط اقتصادی و هم‌جهت با سیاست صنعتی و برنامه توسعه ملی یک ضرورت می‌داند. در ادامه ابتدا به اهمیت بازار در پیشرفت و سپس مدل رابطه دولت-بازار در نظریه حمایت هوشمند پرداخته می‌شود.

۲-۱. دولت حامی، هادی و ناظر

در نظریه حمایت هوشمند، رابطه دولت و بازار هرگز قطع نمی‌شود؛ بلکه نوع این رابطه به اقتضای شرایط اقتصادی عام یا شرایط ویژه بازار یک کالای مشخص، تغییر می‌کند. دولت به عنوان «حامی»، «هادی» و «ناظر» بر نیروهای بازار نقش ایفا می‌نماید تا آن‌ها را در جهت اجرای برنامه ملی پیشرفت، سازمان‌دهی کند؛ به این معنی که ضمن حمایت از نیروهای بازار، هم بر عملکرد آن‌ها نظارت دارد و هم آن‌ها را در جهت برنامه پیشرفت هدایت می‌کند.

ایفای نقش سه‌گانه «حامی، هادی و ناظر» از سوی دولت در رابطه با نیروهای بازار مقدمات و الزاماتی دارد. نخست، داشتن یک «سیاست صنعتی» است که نقش دولت باید بر اساس آن طراحی شود. سیاست صنعتی عبارت است از تلاش استراتژیک از سوی دولت برای دستیابی به رشد و پیشرفت در بخش‌های منتخب صنعت. سیاست صنعتی شامل قوانین، مقررات، اصول، سیاست‌ها و فرایندهایی است که از سوی دولت‌ها تعریف و وضع می‌شوند تا فعالیت‌های صنعتی کشور را سامان بخشیده، کنترل کنند و توسعه دهند. در سیاست صنعتی وظایف متناظر بخش‌های عمومی، خصوصی، تعاونی و همچنین نقش‌هایی که بخش‌های بزرگ، کوچک و متوسط اقتصاد باید ایفا کنند، برای رسیدن به پیشرفت صنعتی تعریف

می‌شود. سیاست، صنعتی است که سیاست‌های پولی و مالی، سیاست تعرفه‌ای، سیاست اشتغال، رویکرد دولت به سرمایه خارجی، نقش شرکت‌های چندملیتی و... را در پیشرفت صنعتی کشور مشخص می‌کند. بدون داشتن سیاست صنعتی، نمی‌توان برای دولت نقشی در نظریه حمایت هوشمند تعریف کرد.

با مطالعه برنامه‌های پنج ساله توسعه در ایران به وضوح می‌توان خلأ سیاست صنعتی را مشاهده کرد. این برنامه‌ها فاقد هدف‌گذاری‌های مشخص صنعتی هستند و نوعی از توسعه را دنبال می‌کنند که «دونر»، «نوبل» و «راونهایل» آن را «توسعه بسیط»^۱ خوانده‌اند. توسعه بسیط نوعی از توسعه است که در فقدان سیاست صنعتی اتفاق می‌افتد و نتیجه آن، افزایش تیراژ تولید با اتکا به فناوری خارجی یا سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است؛ نه دستیابی به فناوری و توان تولید صنعتی (Ravenhill, ۲۰۱۴). با یک مثال از برنامه ششم توسعه می‌توان تصویر روشن‌تری از رویکرد توسعه بسیط در نقطه مقابل سیاست صنعتی به دست داد. در برنامه پنج ساله ششم توسعه ایران که مربوط به بازه زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ است، اهداف کمی تعیین‌شده برای برخی صنایع به شرح ذیل است.

جدول ۱. اهداف کمی تعیین‌شده برای برخی صنایع

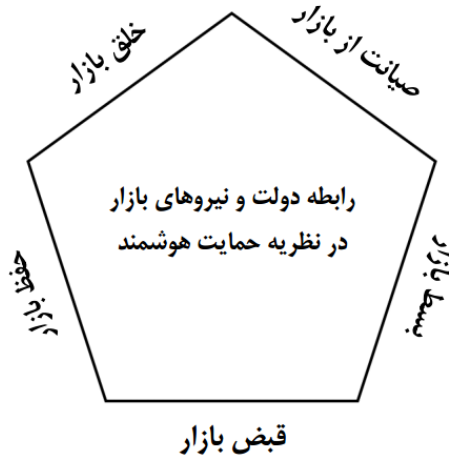
سال‌های برنامه ششم					وضعیت در پایان سال‌های		هدف کمی	
۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴*	۱۳۹۳	واحد	عنوان
۲۰۰۰	۱۹۰۰	۱۸۰۰	۱۶۰۰	۱۴۰۰	۱۰۲۰	۱۱۰۹	هزار دستگاه	خودرو سواری و وانت
۶۰	۶۰	۵۵	۵۰	۳۵	۲۰	۷	هزار دستگاه	خودرو تجاری
۵۵	۵۴	۵۲	۵۰	۴۵	۴۰	۳۸	میلیارد عدد	دارو
۴۰۰	۳۵۰	۳۰۰	۲۷۵	۲۵۰	۲۱۰	۲۲۲	هزار تن	لاستیک خودرو
۷۵۰	۷۵۰	۷۰۰	۶۵۰	۶۰۰	۵۵۰	۵۹۰	هزار تن	کاغذ

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، هدف‌گذاری انجام‌شده برای صنایع،

افزایش تیراژی و مقداری تولید است نه دستیابی به فناوری‌های مشخص برای تولید خودرو، دارو، لاستیک و کاغذ (سند تفصیلی برنامه ششم توسعه: ۹۶-۹۸). در کنار داشتن سیاست صنعتی مشخص، دومین الزام برای راهبرد حمایت هوشمند، داشتن «سامانه اشراف» دقیق است. دولت باید اطلاعات دقیق و لحظه‌ای درباره ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل اقتصاد داشته باشد تا بتواند پیشرفت سیاست صنعتی را سنجیده و متناسب با آن، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری نماید. برای ایجاد چنین سامانه‌ای در ایران ۱۵ مجموعه اطلاعاتی مرتبط باید تجمیع و پیوسته تحلیل و بررسی شود تا ارزیابی دقیقی از وضعیت اقتصاد در اختیار دولت قرار گیرد و تصمیمات صحیح و به‌موقع اتخاذ کند. این ۱۵ سامانه عبارت‌اند از: اطلاعات مربوط به سیستم بانکی، بیمه‌ها، مالیات، ثبت سفارش کالا، واردات و صادرات، بورس، تأمین اجتماعی، بودجه عمومی و عمرانی، ظرفیت‌های واقعی و بالفعل تولید، بازرگانی داخلی، مستغلات و املاک، شرکت‌ها و اشخاص حقوقی، سیستم کدگذاری کالا، قیمت کالاها و خدمات، حسابرسی شرکت‌ها. در کره جنوبی «هیئت برنامه‌ریزی اقتصادی»^۱ که متولی طراحی و اجرای برنامه‌های توسعه بود، چنین سامانه‌ای را برای اشراف بر وضعیت اقتصاد ایجاد کرد. در ایران نیز پیشنهاد می‌شود ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی این نقش را به عهده گیرد و سایر دستگاه‌های مرتبط ذیل این ستاد فعالیت نمایند.

با فراهم شدن مقدمات و ملزومات حمایت هوشمند، یعنی سیاست صنعتی و سامانه اشراف، نقش‌های سه‌گانه دولت به‌عنوان هادی، حامی و ناظر، به اقتضای وضعیت عمومی اقتصاد یا وضعیت خاص یک صنعت مشخص، در پنج نوع رابطه با بازار متجلی خواهد شد؛ به عبارت دیگر، دولت برای ایفای نقش حمایتی-هدایتی-نظارتی خود، بر اساس آخرین دریافتی که از وضعیت اقتصاد و صنعت در نسبت با سیاست صنعتی و برنامه توسعه‌اش دارد، پنج نوع رابطه با نیروهای بازار برقرار خواهد کرد که عبارت‌اند از: صیانت از بازار، خلق بازار، حفظ بازار، قبض بازار و بسط بازار. در ادامه به تشریح هر کدام از این روابط دولت و نیروهای بازار

پرداخته، به نمونه‌هایی از برقراری این روابط پنج‌گانه در تاریخ پیشرفت کشورهای صنعتی اشاره می‌شود.



۳. رابطه دولت و نیروهای بازار در نظریه حمایت هوشمند

۳-۱. صیانت از بازار

سیاست «صیانت از بازار» نخستین و ساده‌ترین گام در تأمین بازار برای تولید است و مهم‌ترین وجه از حمایت هوشمند به شمار می‌رود. درباره اهمیت بازار پیشتر اشاره شد که شرط نخست بقا و ارتقای تولید، بهره‌مندی از امکان بازار است و فقدان دسترسی به بازار، به معنای مرگ تولید است. بازار داخل یک کشور، یک فرصت برای تولیدکننده به شمار می‌رود و فقط دولت می‌تواند این فرصت را تضمین یا دریغ کند. راه تضمین این فرصت، جلوگیری از حضور کالای مشابه خارجی در بازار و راه دریغ این فرصت، آزادسازی تجاری، حذف موانع گمرکی و تسهیل واردات است.

حضور کالای خارجی مشابه تولید داخل در بازار داخلی، محدودسازی بازار برای تولیدکننده داخلی است؛ زیرا بازار ظرفیت مشخصی دارد و به ازای هر واحد کالایی که از خارج وارد بازار می‌شود، به همان اندازه فرصت بازار برای تولیدکننده داخلی در معرض تحدید قرار می‌گیرد و امکان اخراج کامل تولیدکننده داخلی از

بازار وجود دارد؛ به‌ویژه در شرایطی که کالای داخلی در مرحله نوزادی بوده، امکان رقابت با کالای خارجی را ندارد. جایگزین شدن کالای خارجی با کالای داخلی، نه‌تنها زمینه خلق ثروت از محل تولید آن کالا را متوقف می‌کند و تبعاتی چون بیکاری در پی دارد، بلکه منجر به خروج سرمایه از کشور برای واردات آن کالا نیز می‌شود. بر اساس برآوردها، هر یک میلیارد دلار واردات کالای مشابه داخلی به ایران، بسته به نوع کالا، بین ۲۶ تا ۱۰۰ هزار فرصت شغلی را از این می‌برد (مؤمنی، ۱۳۹۷). در چنین شرایطی دولت باید از مزیت اقتدار سرزمینی خود استفاده کند تا از این رقابت نابرابر جلوگیری و بازار داخلی را برای تولید داخلی صیانت نماید.

البته روشن است که هدف این حمایت دولتی، ایجاد نوعی رانت برای بیشینه ساختن سود تولیدکننده داخلی نیست؛ بلکه مقصود ایجاد فرصت بازار برای تولیدکننده جهت ارتقای محصول است. اگر تولیدکننده بدون اینکه تحت هدایت و نظارت دولت باشد، صرفاً از بازار انحصاری داخلی بهره‌مند شود، ممکن است برنامه‌ای برای توسعه محصول نداشته و عواید حاصل از برنامه‌های حمایت ملی را در راستای منافع شخصی هزینه کند.

در این میان پرسش مطرح این است که آیا سیاست صیانت از بازار باید برای تمامی کالاها و تولیدات اجرا شود؟ پاسخ این است که در سیاست صیانت، سخن از یک بازار موجود و در معرض تحدید است؛ یعنی عرضه و تقاضای داخلی برای یک کالا شکل گرفته است. چنانکه اشاره شد، اگر بازاری در داخل کشور به وجود آمده، از محل تولید و عرضه کالای «الف» در این بازار، خلق ثروت صورت می‌گیرد و واردات کالای مشابه «الف» می‌تواند این روند خلق ثروت را دچار مخاطره کند، حتماً باید سیاست صیانت اجرا شود. حال اگر در کشور کالای «ب» تولید می‌شود که اولاً می‌تواند در بازارهای جهانی رقابت کرده و ارزآوری کند تا منابع مالی مورد نیاز برای واردات کالای «الف» تأمین شود، ثانیاً نیروی کار شاغل در تولید «الف» به‌راحتی قابل انتقال به تولید کالای «ب» یا هر کالای دیگری است که بازار آن موجود است، ثالثاً هیچ مانع سیاسی و غیرسیاسی برای واردات کالای

«الف» به قیمتی ارزان‌تر و با کیفیتی بالاتر پیش‌بینی نمی‌شود، رابعاً تولید کالای «الف» یا دانش و مهارت مرتبط با آن نقشی در برنامه پیشرفت و امنیت کشور ندارد، می‌توان صیانت از بازار برای کالای «الف» را متوقف کرد تا ظرفیت نیروی کار و سرمایه کشور به تولید کالاهای دیگر تخصیص یابد.

برخی نظریات حمایت‌گرایی صیانت از بازار را صرفاً محدود به دوره نوزادی صنایع می‌دانند؛ اما کشورهای صنعتی این سیاست را به‌صورت اقتضایی و هوشمندانه، هر زمانی که تولیدکنندگان داخلی در معرض آسیب از ناحیه حضور کالاهای مشابه خارجی در بازار داخلی قرار داشته‌اند، به کار گرفته‌اند؛ البته در مرحله نوزادی صنایع داخلی، اجرای این سیاست پررنگ‌تر است. موارد ذیل، نمونه‌هایی از اعمال سیاست صیانت از بازار است؛

۳-۱-۱. تعرفه اسموت-هاولی

در سال ۱۹۳۰ با پیشنهاد «رید اسموت»^۱ و «ویلیس هاولی»^۲ دو تن از اعضای کنگره آمریکا قانونی به تصویب رسید که به‌موجب آن، تعرفه واردات ۲۰ هزار قلم کالا به خاک ایالات متحده افزایش یافت. بر اساس یک برآورد، میانگین تعرفه کالاهای وارداتی آمریکا به ۶۰ درصد رسید. واردات آمریکا با ۶۶ درصد کاهش از ۴,۴ میلیارد دلار در سال ۱۹۲۹ به ۱,۵ میلیارد دلار در سال ۱۹۳۳ کاهش یافت. به دلیل تعرفه‌های متقابل کشورهای دیگر، صادرات آمریکا نیز ۶۱ درصد کاهش را تجربه کرد و در همین دوره از ۵,۴ میلیارد دلار به ۲,۱ میلیارد دلار رسید. چهار سال بعد از این قانون، کنگره به رئیس‌جمهور اجازه مذاکرات دوجانبه برای کاهش تعرفه‌ها تا ۵۰ درصد را داد. از دهه ۱۹۴۰ به بعد با ویران شدن اروپا در نتیجه جنگ بین‌الملل دوم، قدرت اروپا برای حضور در بازارهای آمریکا تحلیل رفت و در مقابل، آمریکای دورمانده از جنگ و حامی تولیدات داخلی، به مزیت رقابتی دست یافت. این بود که رهبری مذاکرات گات (GATT) برای آزادسازی

۱. Reed Smoot

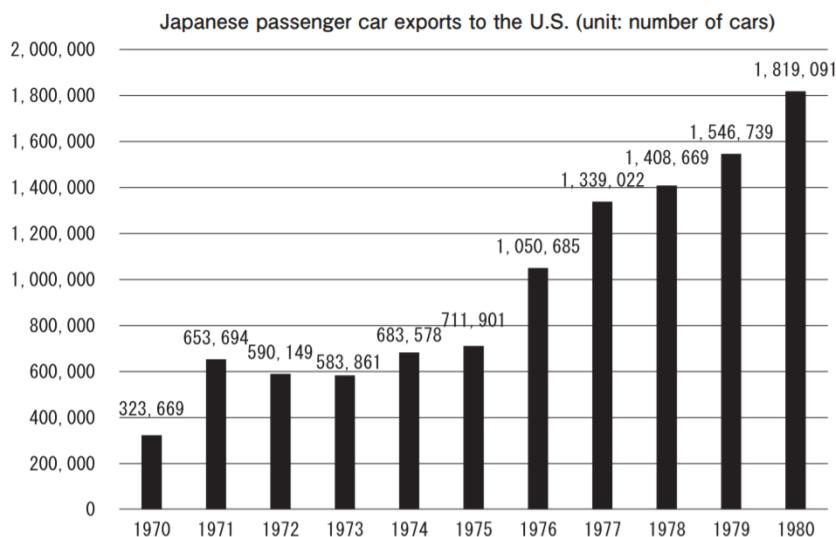
۲. Willis Chatman Hawley

تجاری را به عهده گرفت (Bingham ۱۹۸۸, PP۱۴۵-۱۴۶).

۳-۱-۲. اجبار ژاپن به اعمال محدودیت داوطلبانه صادرات خودرو

در سال ۱۹۷۴ سهم خودروهای وارداتی در بازار آمریکا ۱۳٫۸ درصد بود. فولکس واگن ۳٫۸ درصد و تویوتا ۲٫۷ درصد از بازار خودروی آمریکا را در اختیار گرفته بودند. پس از شوک نفتی ۱۹۷۴ و گران‌تر شدن سوخت، خودروهای پرمصرف آمریکایی از رقابت با خودروهای وارداتی بازماندند و سهم واردات در بازار خودروی آمریکا رو به افزایش گذاشت.

نمودار ۱. صادرات خودرو از ژاپن به آمریکا (۱۹۷۰-۱۹۸۰)



Source: Created by author based on JAMA monthly statistics.

مارس ۱۹۷۴ رئیس «اتحادیه کارگران خودرو»^۱ آمریکا به ژاپن اعزام شد تا از مقامات ژاپن درخواست کند به صورت داوطلبانه صادرات خودرو به آمریکا را محدود کنند. درخواست مشابهی نیز به مقامات آلمان غربی ارائه کرد. برآورد آمریکایی‌ها این بود که اگر ژاپن و آلمان این محدودیت داوطلبانه را بپذیرند، سایر صادرکنندگان خودرو به آمریکا نیز تسلیم این خواسته خواهند شد. هدف از

۱. United Auto Workers

تحمیل محدودیت داوطلبانه صادراتی این بود که از بازار داخلی در برابر رقیب خارجی صیانت شود و به خودروسازان آمریکایی این فرصت داده شود که خودروهای کم‌مصرف‌تری تولید کنند.

ژاپن تلاش بسیاری به خرج داد تا در مقابل این درخواست آمریکا تسلیم نشود. از جمله این اقدامات چاپ آگهی‌هایی در رسانه‌های آمریکایی مانند نیویورک‌تایمز و درج نقل‌قول از نخبگان آمریکایی مبنی بر متضرر شدن مصرف‌کنندگان آمریکایی از اجبار به مصرف خودروهای آمریکایی بود؛ اما این تلاش‌ها افاقه نکرد و دولت آمریکا در مقابل این تبلیغات بر سر منافع تجارت آزاد کوتاه نیامد. سلطه سیاسی آمریکا بر ژاپن، سرانجام موجب تسلیم توکیو شد. ژانویه ۱۹۸۱ دولت رونالد ریگان از ژاپن خواست این محدودیت صادراتی را اعمال کند و دولت ژاپن نیز محدودیت‌هایی برای صادرات خودرو به آمریکا در بازه زمانی ۱۹۸۱ تا ۱۹۸۴ اعمال کرد (Atsumi, ۲۰۱۷). این محدودیت‌های داوطلبانه در حالی اعمال شد که هر دو کشور عضو موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت^۱ بودند و قواعد «تجارت آزاد» باید میان آن‌ها رعایت می‌شد. نام محدودیت‌ها را «داوطلبانه» گذاشتند که ایده «تجارت آزاد» دچار خدشه نشود.

۳-۱-۳. محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های وارداتی کره جنوبی

روایت متعارف درباره نسبت دولت و بازار در کره جنوبی این است که در دوره جهش اقتصادی این کشور، دولت دست به آزادسازی تجاری زده است؛ اما شواهد بسیار زیادی وجود دارد که نشان می‌دهد این روایت مجعول است. آنچه از آن به‌عنوان آزادسازی تجاری در کره یاد می‌شود، در واقع آزادسازی برای صادرات است. در دوران این به‌اصطلاح آزادسازی، تعرفه‌های واردات همچنان بالا بودند و دولت از ابزارهای مختلفی برای صیانت از بازار استفاده می‌کرد.

تا سال ۱۹۶۷، از بازار داخلی با رویکرد «لیست مجاز»^۲ صیانت می‌شد؛ بدین معنی که صرفاً به کالاهای موجود در لیست مشخص اجازه واردات می‌دادند.

۱. GATT

۲. Positive List

کالاهایی مجاز بودند وارد خاک کره شوند که برای ارتقای توان صنعتی این کشور ضروری به شمار می‌رفتند؛ اما واردات محصولات کشاورزی، کالاهای مصرفی و کالاهای مشابه داخلی ممنوع یا به شدت محدود بود (Kim, ۱۹۹۱). علاوه بر این، دولت مالیات‌های بسیار سنگینی بر واردات کالاهای لوکس وضع کرده بود که عملاً واردات این نوع اقلام را ممنوع می‌کرد. دولت همچنین برای خرید ماشین‌آلات داخلی یارانه‌های قابل توجهی پرداخت می‌کرد که بخشی از سیاست صیانت از بازار داخلی در برابر هجوم کالای خارجی به شمار می‌رفت؛ و سرانجام واردات برخی کالاها اساساً ممکن نبود، نه به دلیل اینکه ممنوعیت قانونی وجود داشت، بلکه به این دلیل که دولت اجازه تخصیص ارز برای واردات آن‌ها نمی‌داد (Chang, ۱۹۹۳).

پس از سال ۱۹۶۷، سیاست کنترل واردات کره جنوبی از «لیست مجاز» به «لیست ممنوعه»^۱ تغییر کرد که طی آن، کالاهای لیست ممنوعه اجازه واردات نداشت. در کنار سیاست لیست ممنوعه، از ابزار تعرفه برای کنترل الگوی واردات استفاده شد. در سال ۱۹۶۸ متوسط تعرفه واردات به ۵۴ درصد رسید که برای کالاهای مصرفی بادوام این نرخ ۹۸٫۳ درصد و برای کالاهای مصرفی بی‌دوام، ۹۲٫۳ درصد بود. این سیاست باعث شد که سهم کالاهای مصرفی در کل واردات کره جنوبی صرفاً سه درصد باشد (Kim, ۱۹۹۱). بر اساس یک بررسی تا سال ۱۹۸۲ بالغ بر ۹۳ درصد کالاهای وارداتی کره جنوبی مشمول محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های وارداتی بود و بر طبق ادعای لیبرال‌ها آزادسازی تجاری اتفاق نیفتاده بود (Luedde-Neurath, ۱۹۸۶, P ۱۵۶).

۳-۲. خلق بازار

صیانت دولت از بازار داخلی به‌تنهایی پیشرفت یک کشور را تضمین نمی‌کند. چنانکه گفته شد سیاست صیانت زمانی به کار گرفته می‌شود که عرضه و تقاضایی برای یک کالا در داخل کشور شکل گرفته باشد و بازار آن کالا از ناحیه کالاهای وارداتی در معرض آسیب باشد؛ اما نفس شکل‌گیری بازار به‌ویژه بازار محصولات

۱. Negative List

صنعتی با فناوری بالا، نیازمند وجود عوامل و زیرساخت‌هایی است که در اکثر موارد، بدون سرمایه‌گذاری از محل منابع عمومی دولت، ایجاد نمی‌شوند. تولیدکنندگان کالاهای مصرفی، عمدتاً مصرف‌کننده فناوری‌هایی هستند که در سطح ملی و با مشارکت ملی به دست آمده‌اند؛ آن‌ها در واقع این فناوری‌ها را در قالب محصولات مصرفی، تجاری‌سازی می‌کنند. در موارد بسیاری، ارتقای محصول توسط تولیدکنندگان، نیازمند استفاده از فناوری‌هایی است که دستیابی به آن‌ها خارج از توان تولیدکننده کاربر آن فناوری است. وظیفه‌ای که دولت در این زمینه دارد، برنامه‌ریزی برای دستیابی به فناوری‌های مورد نیاز در سطح ملی و مدیریت سرریز این فناوری‌ها به بخش‌های تولیدی است. همچنین ایجاد زیرساخت‌هایی نظیر نظام آموزشی ملی برای عرضه نیروی کار ماهر، حمل‌ونقل، ارتباطات، انرژی و... که بدون آن‌ها شکل‌گیری یک نظام تولیدی تقریباً محال است، در زمره وظایف دولت است.

در نظریه حمایت هوشمند، سیاست خلق بازار در رابطه با ایجاد زیرساخت‌های ملی و توسعه فناوری تعریف می‌شود. دولت با تخصیص منابع از محل عمومی یا مکلف ساختن تولیدکننده به تخصیص بخشی از سود خود در ازای حمایت‌هایی نظیر صیانت از بازار، برای ایجاد زیرساخت‌های ملی سرمایه‌گذاری کرده یا پروژه‌هایی تحقیقاتی را برای دستیابی به فناوری‌های خاص تعریف می‌کند. این تعریف پروژه‌های زیرساختی و فناوری با تخصیص و هدایت منابع، در واقع نوعی ایجاد تقاضا برای کالایی خاص است که نیروهای بالقوه عرضه را جهت پاسخگویی به این تقاضا فعال می‌کند و به بازار آن کالا شکل می‌دهد. اینکه در دوره‌های مختلف، ایجاد کدام زیرساخت‌ها برای کشور اولویت دارد یا دستیابی به کدام فناوری‌ها در اولویت است، توسط سیاست صنعتی کشور تعیین می‌شود. کشوری چون ایران که دولت از محل فروش منابعی چون نفت و گاز، درآمد ارزی دارد، باید اولویت را در تخصیص درآمدهای ارزی به ایجاد زیرساخت و توسعه فناوری بدهد.

بازارهای خلق‌شده به دست دولت، در واقع به وجود آورنده منشأ مزیت‌های

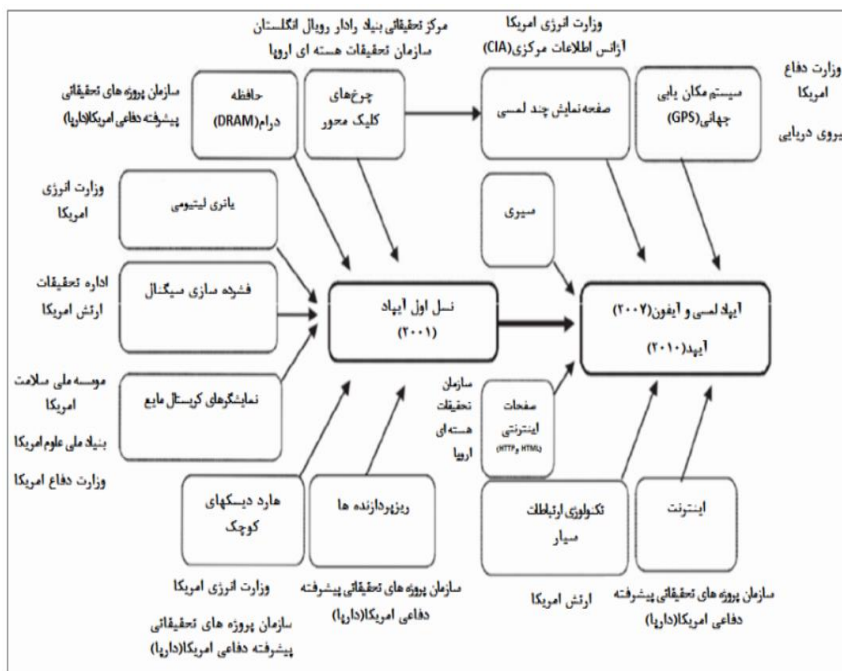
یک کشور در عصر مدرن است که درباره آن بحث شد. مزیت نسبی به‌ویژه در تولیدات صنعتی، منشأ طبیعی ندارد، بلکه این مزیت باید ایجاد شود. خلق بازار توسط دولت و با تخصیص منابع عمومی برای دستیابی به عوامل پیشرفته تولید (زیرساخت و فناوری)، راه ایجاد این مزیت است.

۳-۲-۱. نمونه‌ای از خلق بازار توسط دولت در حوزه زیرساخت و فناوری

پروژه‌های نظامی آمریکا و خلق بازار فناوری؛ نقش دولت آمریکا حتی در توسعه صنعتی این کشور به‌واسطه سرمایه‌گذاری زیاد دولت در حوزه نظامی، بسیار کلیدی بوده است (Felice, ۲۰۰۳, P ۲۱۰). در طول قرن بیستم، آمریکا بخش قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی‌اش را در حوزه نظامی هزینه کرد و قراردادهای بسیاری برای خریدهای عمومی مرتبط با بخش نظامی منعقد شد. بسیاری از شرکت‌های معظم آمریکا نظیر «لاک‌هید مارتین»، «آی‌بی‌ام»، «بوئینگ»، «کاترپیلار» و «موتورولا»، موفقیتشان را مدیون قراردادهای سنگین دولتی هستند. قراردادهایی که با این شرکت‌ها منعقد شد، در واقع نوعی خلق بازار بود که یک بازار تضمین‌شده فراهم آورد تا آن‌ها با اطمینان خاطر به تولید بپردازند. علاوه بر این، کنگره آمریکا شرکت‌های خارجی را از شرکت در اکثر قراردادهای مناقصه عمومی منع کرد تا یک انحصار کامل برای شرکت‌های آمریکایی ایجاد شود. در دوره پس از جنگ جهانی دوم، دولت آمریکا حمایت از ایجاد فناوری‌های برتر و تجاری‌سازی محصولات فناوری پایه را در دستور کار قرار داد. این رویکرد آمریکا، باعث سرریز فناوری از حوزه‌های نظامی و زیرساختی به حوزه‌های تجاری شد. برای نمونه، میکروچیپ‌هایی که برای پردازش حجم وسیعی از اطلاعات و ذخیره اطلاعات در کامپیوترها و گوشی‌های شخصی تولید شده توسط شرکت اپل استفاده می‌شود، در واقع محصول برنامه‌های فضایی و نظامی آمریکا هستند که در حوزه ارتباطات تجاری‌سازی شده‌اند. زیربنای تکنولوژی‌های اینترنت توسط سازمان پروژه‌های تحقیقاتی پیشرفته (دارپا) در وزارت دفاع آمریکا ایجاد شد. سامانه موقعیت‌یابی جهانی (GPS) از طریق برنامه ماهواره‌ای نظامی «ناو استار» وزارت دفاع آمریکا ایجاد شد و همچنان از منابع عمومی تأمین مالی

می‌شود. صفحه نمایش لمسی چندنقطه‌ای (Multi touch) توسط محققان دانشگاه «دلور» اختراع شد که تمامی هزینه‌های آن از سوی دولت پرداخت می‌شود. نمودار ۲ منشأ تکنولوژی‌های مورد استفاده شرکت اپل در گوشی‌های هوشمند را نشان می‌دهد. تمامی این فناوری‌ها در نتیجه خلق بازار توسط دولت به دست آمده‌اند.

نمودار ۲. منشأ تکنولوژی‌های مورد استفاده در محصولات اپل



منبع: گزارش ۱۵۸۲۲ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

۳-۳. حفظ بازار

در نظریه حمایت هوشمند، خصوصی‌سازی به معنای رهاسازی نیست. برخی بازارها از ناحیه خروج یا اخراج نیروهای عرضه در معرض تهدید هستند. تولیدکنندگان (نیروهای عرضه) ممکن است نه به دلیل محرومیت از فرصت بازار داخلی به سبب تسلط کالای خارجی، بلکه به دلایلی چون ناتوانی در تأمین منابع مالی تولید، فقدان تقاضای کافی و مؤثر برای عرضه، مقرون به صرفه نبودن تولید،

ناتوانی در ارتقای محصول به دلایلی چون فقر فناوری یا نداشتن برنامه تحقیق و توسعه، پریسک بودن سرمایه‌گذاری برای تولید کالای خاص، پرسود بودن بازارهای دیگری که سرمایه‌شان به راحتی قابلیت انتقال به آن‌ها را دارد در معرض خروج ارادی یا اخراج اجباری از بازار باشند. در چنین مواردی، به‌ویژه در صنایعی که در صنایع راهبردی کشور دسته‌بندی شده‌اند و وجود بازار آن صنایع برای پیشرفت کشور ضروری است، دولت باید نقش هدایتی، حمایتی و نظارتی خود را برای حفظ نیروهای عرضه در بازار و تقویت آن‌ها ایفا نماید. کمک‌های مالی، فنی و اجرایی که تحت نظارت دولت و برای رسیدن به اهداف مشخص ارائه می‌شوند، می‌تواند بازار را از خطر نابودی حفظ کند.

در ادامه، دو نمونه از اعمال سیاست حفظ بازار مرور می‌شود.

۳-۳-۱. مورد شرکت هواپیماسازی ایرباس

صنعت حمل و نقل هوایی آمریکا در دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰، بالغ بر ۷۰ درصد بازار جهانی را در اختیار داشت. هواپیماسازان آمریکایی و در رأس آن‌ها بوئینگ، متناسب با سلیقه هر بازاری، مدلی از هواپیما داشتند و خدمات پشتیبانی و آموزشی فوق‌العاده‌ای را برای خریداران ارائه می‌کردند. آمریکا نه تنها با کشورهای اروپایی دشمنی داشت و آن‌ها را تحریم نکرده بود، بلکه پس از جنگ جهانی دوم، به گواهی طرح‌هایی از قبیل مارشال، رویکردی امدادی به توسعه و آبادانی اروپا داشت. آمریکا و اروپا هر دو پرچم‌داران نظریه تجارت آزاد و تقسیم‌کار بین‌المللی بودند و خطاب به کشورهای مستضعف جهان می‌گفتند تنها راه توسعه، توقف حمایت‌گرایی از تولید داخلی و آزادسازی تجاری-مالی است؛ می‌گفتند دلیلی ندارد آنچه را می‌توانید به قیمت ارزان در بازار جهانی خریداری کنید، بخواهید در داخل کشور خود با هزینه گزاف تولید کنید. در چنین فضایی، توصیه اقتصاد بازار به اروپایی‌ها این بود که به جای حرکت به سمت تولید پرهزینه هواپیما، نیاز خود را با قیمت چند برابر کمتر، از آمریکا تأمین کنند؛ اما اروپایی‌ها چنین نکردند. کنسرسیومی از کشورهای فرانسه، انگلیس، آلمان غربی و اسپانیا تشکیل و در سال ۱۹۷۰، شرکت ایرباس در راستای سیاست «خلق بازار» تأسیس

شد. طبیعی بود که ایرباس در آغاز کار خود قادر به رقابت با بوئینگ قدرتمند نبود. ایرباس نه تنها یک شرکت سوددهنده نبود، بلکه طبق گزارش هفته‌نامه اکونومیست در اوت ۱۹۸۰، زیان خالص آن به ۳,۵ میلیارد دلار می‌رسید. با این حال، طبق سندی که در دسامبر ۱۹۷۹ پارلمان فرانسه منتشر کرد، دولت‌های اروپایی از حفظ ایرباس حمایت می‌کردند؛ چراکه معتقد بودند «در این جنگ جهانی اقتصادی، حیاتی است که شبه مونوپولی تولیدکنندگان آمریکایی در هواپیماهای کوتاه‌برد و میان‌برد شکسته شود» (Carley, ۱۹۸۱) و شکسته شد. سهم ایرباس از بازار حمل‌ونقل هوایی آرام آرام افزایش یافت و سرانجام در سال ۲۰۱۵، این شرکت توانست از بوئینگ آمریکایی نیز پیشی بگیرد.

۳-۲. اعطای یارانه دولت ژاپن به صنایع دریایی و ریلی پس از خصوصی‌سازی

ژاپن پس از ایجاد شرکت‌های صنعتی، تعدادی از آن‌ها را با تخفیف به بخش خصوصی واگذار کرد؛ اما این خصوصی‌سازی هرگز به معنای رهاسازی این صنایع توسط دولت نبود. برای مثال در طول دهه ۱۸۷۰ و ۱۸۸۰ بسیاری از کارخانه‌های کشتی‌سازی دولتی خصوصی شد؛ اما حتی پس از خصوصی‌سازی هم یارانه می‌گرفتند. همراه با صنعت دریایی بازرگانی، صنعت کشتی‌سازی بین ۵۰ تا ۹۰ درصد یارانه‌های دولت را پیش از ۱۹۲۴ به خود اختصاص می‌داد. دولت ژاپن همچنین در سراسر دهه ۱۸۸۰ و ۱۸۹۰ به شرکت‌های خصوصی در حوزه راه‌آهن یارانه می‌داد. ۳۶ درصد یارانه‌های دولتی در دهه ۱۸۸۰ به بخش راه‌آهن اختصاص یافت.

۳-۴. قبض بازار

سرمایه میل به بیشینه شدن دارد و به صورت طبیعی به سمتی حرکت می‌کند که بدون درگیر کردن سایر عوامل تولید (زمین، نیروی کار و فناوری)، به بیشترین سود برسد. فعالیت‌های غیرمولد، نظیر دلالتی، سوداگری و سفته‌بازی، بیشترین جاذبه را برای سرمایه دارند که بدون دخالت سایر عوامل تولید، سود حاصل می‌شود. یک نظام اقتصادی سالم اما باید بیشترین سود را به تولید و در سطحی پایین‌تر به

خدمات مرتبط با تولید بدهد. اگر فعالیتهای غیرمولد بازار پرسودی داشته باشند، سرمایه‌ها به صورت طبیعی از فعالیتهای مولد فاصله گرفته، باعث تضعیف تولید در کشور خواهد شد. در چنین شرایطی وظیفه دولت، قبض بازارهای غیر مولد از طریق کاهش سود آنها به زیر سطح سود تولید است. برای برخی بازارهای کاملاً مضر مانند بازار ربا، باید سیاست «انقباض کامل» در نظر گرفته شود به نحوی که هیچ سرمایه‌ای اجازه حرکت به سمت این بازارها را نداشته باشد.

مشخصه اصلی یک نظام اقتصادی سالم این است که در آن به تولید پاداش داده شود؛ نه به سوداگری و دلالی و سفته‌بازی. اگر این اصل را به عنوان مبنای سیاست‌گذاری اقتصادی بپذیریم، باید نظام مالی را به گونه‌ای طراحی کنیم که سرمایه به سمت تولید جریان یابد. لازمه جریان یافتن سرمایه به سمت تولید، «جذابیت‌زدایی» از فعالیتهای غیرمولد است. اهمیت جذابیت‌زدایی از سوداگری و سفته‌بازی به قدری زیاد است که می‌توان آن را پیش شرط ایجاد جذابیت برای سرمایه در بخش تولید دانست. با توجه به سود بسیار بالای سوداگری و سفته‌بازی، سرمایه‌دار ابتدا باید از این سود و سوسه‌انگیز نهی شود تا در گام دوم درباره حرکت به سمت بخش تولید تصمیم بگیرد.

بررسی جریان سرمایه در ایران نشان می‌دهد که سیاست قبض بازار برای بازداشتن سرمایه از فعالیتهای غیرمولد اتخاذ نشده و سازوکاری جز حبس نقدینگی در بانک‌ها، برای نهی سرمایه از حرکت به سمت سوداگری وجود نداشته است. سیاست‌گذار همواره برای جلوگیری از هجوم نقدینگی به بازارهای سفته‌بازی و سوداگری، نرخ سود بانکی را بالا نگه‌داشته تا سرمایه در بانک محبوس بماند. همین سیاست، یعنی تخصیص سود بالای سپرده برای جذب نقدینگی در بانک‌ها، باعث شده است که اولاً سود تسهیلات بالا رود و تولیدکننده به دلیل مقرون به صرفه نبودن تسهیلات بانکی عملاً نتواند از آن بهره‌مند شود، ثانیاً بانک‌ها به دلیل ناتوانی در پرداخت سود به سپرده‌گذار، به استقراض از بانک مرکزی رو بیاورند و همین امر، باعث رشد نقدینگی شود، ثالثاً همین سرمایه‌های ظاهراً حبس شده در بانک‌ها هرگاه یک بازار پرسود شناسایی کنند، به راحتی از

بانک خارج و راهی آن بازار گردند و تولیدکننده نیز هم از سرمایه خصوصی و هم از تسهیلات بانکی محروم بماند.

ویژگی مهم سیاست قبض بازار این است که سرمایه‌های خصوصی را به سمت فعالیت‌های مولد هدایت می‌کند و دولت در کنار تخصیص منابع عمومی برای رسیدن به اهداف سیاست صنعتی، از سرمایه‌های خصوصی نیز برای تحقق اهداف این برنامه استفاده می‌کند.

۳-۴-۱. مالیات بر تراکنش‌های بانکی در اروپا برای قبض بازارهای غیرمولد

وضع مالیات بر تراکنش‌های بانکی از راه‌هایی است که برای قبض بازار غیرمولد سفته‌بازی در کشورهای مختلف استفاده می‌شود. بر مبنای نتایج پژوهش‌های علمی، وضع مالیات بر تراکنش‌های مالی اثر به مراتب بیشتری بر مهار فعالیت‌های سفته‌بازانه در مقایسه با مالیات بر سود دارد. به همین دلیل مالیات بر تراکنش‌های مالی به عنوان یکی از کاراترین ابزارهای قبض بازار سفته‌بازی در کشورهایی نظیر آمریکا و کشورهای عضو اتحادیه اروپا مورد استفاده قرار گرفته است. به عقیده برخی از اقتصاددانان، وضع مالیات بر تراکنش‌ها نه تنها در نظام بانکی، بلکه در کلیه فعالیت‌های نظام مالی، می‌تواند آثار سوء سفته‌بازی را به میزان چشمگیری کاهش دهد.

نرخ مالیات بر نقل و انتقالات مالی در بازار سهام و بازار اوراق بهادار کشورهای اروپایی معادل ۰/۱ درصد و نرخ مالیات وضع شده بر معاملات مشتق در این کشورها معادل حدود ۰/۰۱ درصد تعیین شده است. این مالیات بر تمام نقل و انتقالاتی اعمال می‌شود که یکی از طرفین انتقال در کشورهای عضو اروپا ساکن شده باشد. این قانون تنها ۱۵ درصد از مجموع نقل و انتقالات مالی در اروپا را شامل نمی‌شود. تسهیلات مسکن، تسهیلات به کسب و کارهای کوچک، برخی از نقل و انتقالات ارزی و مبادله مالی با هدف افزایش سرمایه به صورت فروش اوراق در بازار اولیه مشمول این مالیات نمی‌شوند. این قانون تمامی نظام مالی اروپا را صرف نظر از محل انجام مبادلات بانکی شامل می‌شود و در سال ۲۰۱۲ بالغ بر ۴۰ میلیارد دلار درآمد برای دولت‌های عضو اتحادیه اروپا به همراه داشته است.

برخی وضع مالیات بر تراکنش‌های مالی را کاهش‌دهنده انگیزه فعالیت اقتصادی ارزیابی می‌کنند؛ اما بررسی‌های کمیسیون اقتصادی و پولی اتحادیه اروپا حکایت از تأثیر فزاینده ۰/۲۵ درصدی وضع این مالیات‌ها بر رشد اقتصادی کشورهای اروپایی دارد. بر مبنای گزارش کارشناسان کمیسیون اقتصادی و پولی اتحادیه اروپا مالیات بر تراکنش (FTT) نقش مهمی در کاهش ریسک سیستمی در نظام مالی اروپا ایفا می‌کند.

۳-۵. بسط بازار

وقتی کالایی با به‌کارگیری سیاست‌های چهارگانه پیش‌گفته به مرحله‌ای رسید که توان حضور در بازارهای بین‌المللی را یافت، دولت می‌تواند با ابزارهای دیپلماتیک یا حمایت‌های مالی و غیرمالی، به گسترش جغرافیایی بازار برای محصول یادشده کمک کند. دو هدف عمده برای بسط بازار متصور است. نخست، دستیابی تولیدکنندگان داخلی به صرفه‌های ناشی از مقیاس و دوم، دستیابی کشور به ارز خارجی برای واردات کالاهای مورد نیاز.

دولت‌ها در طول تاریخ برای بسط بازار، ابزارهای گوناگونی به کار گرفته‌اند. از تصرف سرزمین‌های بیگانه با هدف سلطه بر بازار آن‌ها گرفته تا حمایت‌های مالی، سیاسی، فناوری از صادرکنندگان تا ایجاد رژیم‌های بین‌المللی؛ اما می‌توان گفت مهم‌ترین ابزار سیاست «بسط بازار» که کشورهای پیشرفته طی قرون گذشته دنبال کرده‌اند، ترویج -و گاهی تحمیل- «آزادسازی تجاری» در محیط بین‌الملل بوده است؛ زیرا در شرایطی که همه کشورها رویکرد «تجارت آزاد» را اتخاذ نموده و سیاست «صیانت از بازار» را به کار نگرفته‌اند، تولیدات کشورهای صنعتی بر بازار کشورهای غیر صنعتی مسلط شده و بازارشان از نظر جغرافیایی بسط پیدا خواهد کرد. بر این اساس می‌توان گفت «تجارت آزاد» آخرین مرحله حمایت هوشمند از تولید داخلی است. کشوری که با اتخاذ سیاست‌های حمایتی به درجه‌ای از پیشرفت رسیده باشد که دیگران نتوانند با آن رقابت کنند، نیازی به صیانت از بازار خود ندارد و توقف صیانت از بازار در دیگر کشورها، موجب بسط بازار برای تولیدکنندگان کشور صنعتی خواهد شد. اگر هیچ مانعی برای

تجارت وجود نداشت، کالاهای کشوری که دارای مزیت رقابتی است، به راحتی خواهد توانست بر بازار دیگر کشورها مسلط شود و رقیبان را از بازار خارج کند. تجارت آزاد البته در یک حالت کارکرد بسط بازار ندارد و می تواند به تنوع بخشی به محصولات در بازارها و نیز ارتقای کیفیت و افزایش بهره وری در نتیجه رقابت منجر شود. هنگامی که تولیدکنندگان دو کشور دسترسی یکسانی به عوامل تولید (از جمله فناوری) داشته باشند، در چنین حالتی آزادی تجارت موجب حذف رقیب از بازار نخواهد شد، «تجارت درون صنعتی»^۱ میان دو کشور اتفاق خواهد افتاد، رقابت میان تولیدکنندگان به افزایش کیفیت و بهره وری منجر خواهد شد، سهمی از بازار هر کشور متقابلاً به تولیدکننده کشور طرف تجاری خواهد رسید و مصرف کنندگان از «تنوع محصول در بازار» برخوردار خواهند بود. غالب تجارت های میان کشورهای صنعتی از این نوع است. نمونه ای از سیاست بسط بازار توسط دولت کره جنوبی به شرح ذیل است.

۳-۵-۱. اقدامات کره جنوبی برای بسط بازار

جریان نئولیبرال دو سیاست جایگزینی واردات و توسعه صادرات را آترناتو یکدیگر معرفی و با تقیح جایگزینی واردات، توسعه صادرات را تشویق می کند. کره جنوبی در طول دوره توسعه خود، سیاست جایگزینی واردات را مبنا قرار داد و از سیاست توسعه صادرات به عنوان سیاست مکمل استفاده کرد که هدف اولیه آن، تأمین منابع مالی برای خرید تکنولوژی های مورد نیاز در فرایند جایگزینی واردات بود. دولت «پارک چونگ-هی» برنامه های مختلفی را برای بسط بازار برای تولیدات کره ای اجرا کرد که ایجاد مشوق هایی با هدف افزایش سود صادرات، محور این برنامه ها و کاهش هدفمند ارزش پول ملی، رویکرد تجارت آزاد برای صادرات و معافیت از مالیات های غیرمستقیم برای نهاده های داخلی مورد استفاده در تولید کالاهای صادراتی، سه گام مهم در این زمینه بود. دولت کره همچنین امکاناتی نظیر زیرساخت، برق، خدمات حمل و نقل را با نرخ های پایین در

اختیار صادرکنندگان قرار داد، از آن‌ها مالیات بر درآمد کمتری گرفت و اعتبارات یارانه‌ای در اختیارشان قرار داد (Mason et al, ۱۹۸۰, pp. ۱۲۷-۱۳۲)

نتیجه‌گیری

نظریه حمایت هوشمند که در این مقاله ارائه شد، نوعی تلاش برای حل معمای رابطه دولت-بازار و گامی در مسیر پایان دادن به مجادله‌ای تاریخی درباره نوع رابطه این دو نهاد بوده است. «حمایت هوشمند» دقیقاً در نقطه مقابل «بنیادگرایی بازار» قرار دارد و در دام دولت‌گرایی به معنای تصدی‌گری دولتی نیفتاده است. این نظریه «نقش بنیادی بازار» را در پیشرفت کشورها و تأمین منافع ملت‌ها مفروض می‌گیرد؛ اما ضمن قائل بودن به نهاد بازار به عنوان یک عنصر اساسی پیشرفت، سازمان‌دهی آن توسط دولت به اقتضای شرایط اقتصادی و هم‌جهت با سیاست صنعتی و برنامه توسعه ملی را ضروری می‌داند. در نظریه حمایت هوشمند، رابطه دولت و بازار هرگز قطع نمی‌شود، بلکه نوع این رابطه به اقتضای شرایط اقتصادی عام یا شرایط ویژه بازار یک کالای مشخص، تغییر می‌کند. دولت به عنوان «حامی»، «هادی» و «ناظر» بر نیروهای بازار نقش ایفا می‌کند تا آن‌ها را در جهت اجرای برنامه ملی پیشرفت، سازمان‌دهی نماید؛ به این معنی که با حمایت از نیروهای بازار، بر عملکرد آن‌ها نظارت دارد و آن‌ها را در جهت برنامه پیشرفت هدایت می‌کند. این نوع حمایت‌گرایی ضمن قائل بودن به تجارت آزاد، از یک‌سو در پی استقلال در حوزه صنایع راهبردی و مرتبط با امنیت ملی است و از سوی دیگر، به دنبال حذف شکاف فناوری صنایع داخلی با تولیدات خارجی و ایجاد «مزیت رقابتی» برای صنایع داخلی در بازارهای جهانی است.

یافته‌های این پژوهش از آن جهت می‌تواند حائز اهمیت باشد که جمهوری اسلامی ایران نیز باید روند ترکیبی کنونی را که در یک‌سو خصوصی‌سازی ناکارآمد (رهاسازی) و در سوی دیگر حمایت‌گرایی ناکارآمد (تصدی‌گری دولتی) دیده می‌شود، کنار گذاشته و به حمایت‌گرایی هوشمندانه رو بیاورد. تجربه کشورهای پیشرفته این ادعا را به خوبی ثابت می‌کند که اروپا و آمریکا برخلاف ادعاهای خود رویکرد حمایت‌گرایی هوشمند را در دوران رشد و توسعه خود

اتخاذ کرده‌اند و هنوز به این رویکرد ادامه می‌دهند.

منابع

- کمیسیون تدوین استراتژی امنیت ملی آمریکا (۱۳۸۳)، *استراتژی امنیت ملی آمریکا در قرن ۲۱*. تهران: مؤسسه ابرار معاصر تهران.
- استیگلitz، جوزف (۱۳۹۴). *بهای نابرابری*. ترجمه: اسماعیل رئیسی. قم: نشر معارف.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۷). *الگوی راهبردی حمایت از تولید: شواهدی از نحوه حمایت دولت آمریکا از تولیدات داخلی*. شماره مسلسل ۱۵۸۲۲.
- مؤمنی، فرشاد (۱۳۹۷). *قدرت‌های بزرگ، ایران را بلاتکلیف نگه داشته‌اند*. خبرگزاری جمهوری اسلامی. ۱۳۹۷/۰۸/۱۴. دسترسی در ۱۳۹۷/۰۹/۱۵.
- <http://www.irna.ir/fa/News/۸۳۰۹۰۳۸۶>
- کروچ، کالین (۱۳۸۸) *دولت و بازار در: کیت نش و آلن اسکات، راهنمای جامعه‌شناسی*. ترجمه: محمد خضری و دیگران. ج ۲. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- هایامی یوجیرو (۱۳۹۲). *اقتصاد توسعه؛ از فقر تا ثروت ملل*. ترجمه: غلامرضا آزاد ارامکی. چ پنجم. تهران: نشر نی.
- ساندین، یو. میکائیل تراتوین. ونداک، ریچارد (۱۳۹۳) *تاریخ مختصر اندیشه‌های اقتصادی*. ترجمه: حمیدرضا ارباب. تهران: نشر نی.
- Alesina, Alberto, Enrico Spolaore, and Romain Wacziarg. "Trade, growth and the size of countries." In *Handbook of economic growth*, vol. ۱, pp. ۱۴۹۹-۱۵۴۲. Elsevier, ۲۰۰۵.
- Buchanan, Patrick J. "Free trade is not free." V *Global Backlash: Citizen initiatives for a just world economy*, ur. Robin Broad (۲۰۰۲): ۳۴-۳۷.
- Carley, William M, "Successful Takeoff: Europe's Airbus Wins Surprising Portion of World Jetliner Sales.", *Wall Street Journal*(New York), March ۱۴, ۱۹۸۱.
- Chang, Ha-Joon, "Protecting the Global Poor", *Prospect Magazine*. March ۰۸, ۲۰۱۳. Accessed April ۲۴, ۲۰۱۸. <https://www.prospectmagazine.co.uk/magazine/ha-joon-chang-global-poor-free-trade>.
- Chang, Ha-Joon, "The political economy of industrial policy in Korea.", *Cambridge Journal of Economics* ۱۷, no. ۲ (۱۹۹۳): ۱۳۱-۱۵۷.
- Chang, Ha-Joon. *Kicking Away the Ladder: Development Strategy in*

- Historical Perspective. London: Anthem Press, ۲۰۰۲.
- Felice, William F. The global new deal: Economic and social human rights in world politics. Rowman & Littlefield Publishers, ۲۰۱۰.
- Frank, Andre Gunder. Capitalism and underdevelopment in Latin America. Vol. ۹۳. NYU Press, ۱۹۶۷.
- George Soros. The Crisis of Global Capitalism: Open Society Endangered. New York: Public Affairs, ۱۹۹۸.
- Gilpin, Robert, and Jean M. Gilpin. Global political economy: Understanding the international economic order. Princeton University Press, ۱۹۸۷. Gunderson, Cory, "Boston Tea Party" Abdo Publishing Company, ۲۰۱۰.
- Hamilton, Alexander, and Reed Smoot. Report on manufactures: communication to the House of Representatives, December ۵, ۱۷۹۱. ۱۹۱۳.
- Maier, Charles (۲۰۰۶). Among Empires. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Mason, Edward Sagendorph, ed. The economic and social modernization of the Republic of Korea. No. ۹۲. Harvard University Press, ۱۹۸۰.
- Murphy, Kevin M., Andrei Shleifer, and Robert W. Vishny. "Industrialization and the big push." Journal of political economy ۹۷, no. ۵ (۱۹۸۹): ۱۰۰۳-۱۰۲۶.
- "One Thing Is Clear from the History of Trade: Protectionism Makes You Rich" The Guardian, September ۹, ۲۰۰۸. <https://www.theguardian.com/commentisfree/۲۰۰۸/sep/۰۹/eu.globaleconomy>.
- Ravenhill, John. "Global value chains and development." Review of International Political Economy ۲۱, no. ۱ (۲۰۱۴): ۲۶۴-۲۷۴.
- Skousen, Mark. The Big Three in Economics: Adam Smith, Karl Marx, and John Maynard Keynes: Adam Smith, Karl Marx, and John Maynard Keynes. Routledge, ۲۰۱۵.
- Smith, Adam. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Oxford: Oxford University Press, ۱۹۷۶.
- The Global Competitiveness Report ۲۰۱۴-۲۰۱۵." World Economic Forum. ۲۰۱۴. Accessed May ۳, ۲۰۱۸. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_۲۰۱۴-۱۵.pdf.
- Ware, Norman J. "The Physiocrats: a study in economic rationalization." The American Economic Review (۱۹۳۱): ۶۰۷-۶۱۹.
- Wood, Gordon S. Empire of liberty: a history of the early Republic, ۱۷۸۹-۱۸۱۵. Oxford University Press, ۲۰۰۹