

جایگاه استراتژی توسعه مبتنی بر تجارت در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت

حسن کیائی^۱
محمد سلیمانی^۲

چکیده

یکی از اصلی‌ترین مسائل و سوالات حوزه توسعه کشور، تعیین نحوه تعامل اقتصادی بهینه با سایر کشورها هم در حوزه تجارت کالا و خدمات و هم در حوزه ورود و خروج سرمایه است؛ این مسئله با توجه به شرایط سیاسی-اقتصادی کنونی کشور از اهمیت بیشتری برخوردار است. براساس مبانی اقتصاد متعارف، تجارت آزاد یکی از استراتژی‌های توسعه اقتصادی به شمار می‌رود و هر چه کشورها به سمت آزادسازی تجاری حرکت کنند، زمینه‌های توسعه یافتگی در آنها بیشتر می‌شود. اما در این میان شواهدی وجود دارد که این مبنا را زیر سوال می‌برد. به عبارت دیگر تجربه برخی کشورها نشان می‌دهد حرکت به سمت تجارت آزاد نه تنها توسعه یافتگی را به ارمغان نیاورده است بلکه مجموعه‌ای از آسیب‌ها و مشکلات اقتصادی را نیز ایجاد کرده است؛ از این رو تعیین چارچوب تعامل اقتصادی با خارج در مقاوم‌سازی اقتصاد نقش اساسی ایفا می‌کند. بنابراین این مقاله با بررسی مبانی نظری تجارت آزاد و اثرات آن در خلق توسعه در اقتصاد نشان می‌دهد پیروی از تجارت آزاد به عنوان استراتژی توسعه در همه شرایط اقتصادی نمی‌تواند موجب ایجاد توسعه شود. همچنین این مقاله در راستای تبیین نقشه راه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، بر اساس بیانات مقام رهبری استراتژی درون زایی و برون نگری را به عنوان یک استراتژی جایگزین برای تعاملات بین المللی معرفی می‌کند که بوسیله آن هم آثار مطلوب مربوط به تجارت در اقتصاد ایجاد می‌شود و هم مشکلات ناشی از آن در اقتصاد بروز نخواهد کرد.

کلمات کلیدی: الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، توسعه، توسعه مبتنی بر تجارت، درون زایی و برون نگری

۱. مقدمه

امروز یکی از مسائل مهم مورد مطالعه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، مبحث جهانی شدن می‌باشد و تاکنون در تحقیقات مختلف جنبه‌های گوناگون آن را بررسی شده است؛ تعداد زیادی از محققان جهانی شدن را کلید توسعه تلقی کرده‌اند (رولاند، ۱۳۹۶) و در مقابل گروهی به اثرات منفی جهانی شدن اشاره داشته‌اند. اما آنچه که بیش از همه برای کشورهای در حال توسعه اهمیت دارد هزینه‌های اقتصادی جهانی شدن می‌باشد (استیگلیتز، ۱۳۸۷) بسیاری از صاحب نظران بر این باورند که پروسه جهانی شدن باعث فقیرتر شدن کشورهای در حال توسعه می‌گردد (دریورو، ۱۳۸۴).

با وجود نگاه تئوریک غالب در تجارت بین الملل مبنی بر تضمین منافع همه طرف‌های تجاری برخی کشورهای در حال توسعه از تجارت آزاد متضرر شده‌اند (همان، ۱۳۸۴). به نظر می‌رسد اتخاذ برخی استراتژی‌ها توسط کشورهای در حال توسعه آنها را مستعد نفوذ توسط جریان سلطه می‌کند. در میان دو طیف از نگاه‌ها یعنی پیروی محض از

^۱ استادیار، دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق (ع) - نویسنده مسئول. ایمیل: kiaee@isu.ac.ir

^۲ استادیار دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق (ع) - solimani@isu.ac.ir

تجارت آزاد و توجه محض به اقتصاد داخل، رویکردی وجود دارد که می‌تواند با تاکید بر تولید داخلی و استفاده از ظرفیت‌های بین‌المللی توسعه اقتصادی را به همراه داشته باشد.

از سوی دیگر شکل‌گیری گفتمان الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در فضاهای علمی کشور، نیازمند تدوین، تبیین و تشریح این گفتمان در حوزه‌های مختلف علمی توسط پژوهشگران و محققان است. در باب اهمیت پیاده‌سازی و تحقق این الگو مباحث متعددی مطرح شده است اما تاکنون تلاش جدی برای تدوین یک استراتژی و تعیین رویکرد کلی در حوزه‌های اجرایی صورت نگرفته است. از این رو لازم است تا در حوزه‌های مختلف اقدامات پژوهشی متعدد صورت پذیرد. یکی از این حوزه‌ها حوزه تعاملات بین‌المللی و اثر آن‌ها در پیشرفت کشور است. نگرش مقام معظم رهبری بر تعاملات بین‌المللی کاملاً روشن است. ایشان خام‌فروشی در مقابل واردات کالاهای با ارزش افزوده بالا در تعاملات بین‌المللی را بسیار ناپسند می‌دانند و به درستی اعتقاد به تعادل در روابط بازرگانی و تجارت خارجی دارند. «یک مسئله در باب اقتصاد که من روی آن تکیه دارم و اصرار دارم، مسئله‌ی مدیریت جدی بازرگانی خارجی است؛ بازرگانی خارجی یک چیز خیلی مهمی است. خارجی‌ها عادت کرده بودند در طول سالیان دراز، به کشورهایی از جمله کشور ما، نگاهشان در مورد تجارت این‌جوری باشد که اینجا مواد خامی دارد، بیایند بردارند مواد خام را ببرند و ارزش افزوده برای خودشان درست کنند؛ یک بازار و مطالبه‌ای هم دارد که [کالا] بردارند بیاورند. در دوران پیش از انقلاب، دستگاه حاکم‌هی کشور این را پذیرفته بودند؛ یک‌وقتی تصادفاً یک جایی ما با یک نماینده‌ی مجلس آن روز، برخورد کردیم، صریحاً به خود من میگفت که این چیز خیلی خوبی است! اصلاً همین خوب است که ما پول میدهم و اروپایی‌ها مثل نوکر می‌آیند برای ما جنس تهیه میکنند و می‌آورند. یعنی واقعاً منطق داشتند برای این کار؛ منطق ابلهانه و احمقانه‌ای که کشور را به این سمت می‌برد. ما امروز -یعنی بعد از انقلاب- نگاهمان نگاه دیگری است؛ ما معتقدیم که نه؛ خیلی خب، بخشی از بازارهای ما متعلق به تولیدکننده‌ی خارجی، اما بخشی از بازارهای همان تولیدکننده‌ی خارجی هم متعلق به ما؛ یعنی یک تبادل و توارد عادلانه‌ای انجام بگیرد؛ این خب خیلی چیز مهمی است.» (بیانات در دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیأت دولت - ۱۳۹۴/۰۶/۰۴).

همچنین ایشان در اختیار گذاشتن بازارهای داخلی به تجار خارجی و تبدیل به بازار مصرف شدن کشور را مغایر با یک الگوی ایدآل اقتصادی برای حل مشکلات می‌دانند. «بنده به مسائل معیشت مردم خیلی فکر میکنم، خیلی دغدغه‌مندم نسبت به مسئله‌ی معیشت مردم اما هرچه فکر میکنم، هرچه با کارشناس‌ها و آدمهای وارد و مطلع مشورت میکنم، میبینم جز این راهی وجود ندارد که ما قاطعاً تکیه کنیم به مسائل داخلی. اینکه تجار خارجی بیایند و بروند و هیچ آبی هم از اینها گرم نشود -که تا حالا [هم] نشده- [چه فایده دارد؟] الان حدود یک‌سال است مدام می‌آیند و میروند؛ کاری هم نکرده‌اند. اگر هم بخواهند کاری کنند، تصرف بازار ایران است که درست به ضرر ما است. فایده‌ی آمد و رفت این هیئتها باید سرمایه‌گذاری باشد، باید ایجاد تولید باشد، باید در جاهایی که احتیاج داریم به فناوری جدید، [آوردن] فناوری جدید باشد؛ اینها باید باشد؛ اینها نیست یا کم است. این چیزها را بایستی مسئولین محترم رعایت کنند، دنبال کنند» (بیانات در دیدار اقشار مختلف مردم - ۱۳۹۵/۰۵/۱۱).

بر اساس سخنان مقام معظم رهبری در حوزه تعاملات بین‌المللی می‌توان نتایج مهمی را در مورد چگونگی استفاده از این تعاملات در توسعه اقتصادی نتیجه گرفت:

۱. تولید ملی راهکار اصلی حل مشکلات اقتصادی است. بنابراین این نظریه که استراتژی تجارت آزاد و تکیه بر سرمایه گذاری خارجی می تواند مقدمات توسعه در اقتصاد را فراهم کند نادرست است. به بیان دیگر اگر همه توجهات به بیرون باشد اقتصاد از خود چیزی برای عرضه در بازار پر رقابت بین الملل نخواهد داشت.
 ۲. نتیجه تاکید بیش از اندازه بر تعاملات بین المللی بدون توجه به اقتصاد داخل، در اختیار قرار دادن بازار ایران می باشد که این امر همان استراتژی نفوذ نظام سلطه در تعاملات تجاری است. تلاش نظام سلطه این است که با تشویق کشورهای در حال توسعه و پر رنگ نشان دادن اثر تجارت آزاد بر توسعه توجهات آنها را از اقتصاد داخل دور کند تا بتواند از بازار مصرف آنها استفاده کند.
 ۳. در این میان نحوه تعاملات بین المللی باید اتخاذ استراتژی تجاری باشد که منجر به سرمایه گذاری، ایجاد تولید و انتقال فناوری شود. بنابراین در حوزه تعاملات بین المللی نه باید طوری افراطی عمل کرد که همه توجهات به سمت بیرون باشد و اقتصاد داخل از بین رود و نه باید کلاً ارتباطات بیرونی را پایان داد بلکه رفتار هوشمندانه ای برای استفاده حداکثری از شرایط باید اتخاذ کرد.
- بر این اساس مقاله در نظر دارد تا بر مبنای فرمایشات مقام معظم رهبری و با توجه به تجربیات جهانی جایگاه استراتژی توسعه مبتنی بر تجارت را در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت پیشنهاد دهد. از این رو در بخش دوم به معرفی ابعاد تجارت آزاد و نقش آن در استراتژی های توسعه می پردازیم، بخش سوم به محدود شدن فرصت های مقاومت سازی اقتصاد به سبب تجارت آزاد می پردازد؛ در این بخش تلاش می شود تا از مباحث تئوریک، دلالت هایی در راستای موضوع استخراج گردد. بخش چهارم جایگاه تعامل اقتصادی با الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت را بررسی می کند و بخش پنجم به مسئله درون زایی و برون نگری می پردازد و در نهایت جمع بندی ارائه خواهد شد.

۱. تجارت آزاد و استراتژی های توسعه

۱.۱. مبانی نظری تجارت آزاد

تجارت آزاد در اقتصاد متعارف اولین بار توسط آدام اسمیت و نظریه مزیت مطلق مطرح شد. بر این اساس اگر کشوری می تواند کالا یا کالاهایی را با بهره وری بالاتر تولید کند باید همه منابع تولید خود را صرف تولید کالای مزیت دار کند و تولید دیگر کالاها را متوقف کند زیرا حرکت عوامل تولید از کالاهای بدون مزیت به کالاهای مزیت دار موجب افزایش تولید و رفاه در سطح کل جامعه جهانی می شود. مشکل نظریه آدام اسمیت زمانی مشخص می شد که یک کشور در تولید همه یا بسیاری از کالاها دارای مزیت مطلق باشد و کشور دیگر در تولید هیچ کالایی دارای مزیت مطلق نباشد. به این ترتیب نظریه مزیت نسبی توسط ریکاردو مطرح شد (پورمقیم، ۱۳۸۴).

ریکاردو بر مبنای تئوری های اقتصاد خرد نشان داد حتی اگر یک کشور دارای مزیت مطلق در همه کالاها باشد و کشور مقابل در هیچ کالایی دارای مزیت مطلق نباشد، اولاً هر دو کشور می توانند کالایی را تولید کنند که در آن دارای مزیت نسبی هستند و ثانياً اگر این کشورها عوامل تولید خود را به سمت تولید کالای بامزیت نسبی حرکت دهند رفاه هر دو کشور افزایش خواهد یافت (رولاند، ۱۳۹۶). زیرا هر کشور می تواند بر تولید کالاهای مزیت دار با کارایی بالاتر متمرکز شود و کسب درآمد بیشتر داشته باشد و از درآمد حاصله برای خرید کالاهای وارداتی و بدون

مزیت خود استفاده کند. این شرایط برای عوامل تولید هم مطلوب خواهد بود زیرا درآمد کارگران صنایع مزیت دار نیز به دلیل افزایش قیمت این کالاها افزایش می‌یابد.

در تئوری های بعدی دامنه تحلیل به صنایع با ویژگی‌های متفاوت و با فروض پیچیده‌تر گسترش یافت اما نتیجه همه تئوری‌ها یکسان بود و آن اینکه تجارت همه طرف‌های آن را منتفع می‌کند و هرگونه انحراف از تجارت آزاد موجب کاهش رفاه می‌شود (سالواتوره، ۲۰۱۳). بنابراین موجی از ترغیب و تشویق از سمت کشورهای توسعه یافته به سمت کشورهای درحال توسعه ایجاد شد مبنی بر اینکه اگر شما هم تمایل دارید در مسیر توسعه و افزایش رفاه حرکت کنید باید در همه صنایع به سمت مزیت نسبی حرکت کرده (هانت، ۱۳۹۲) و تنها بر تولید کالاهای مزیت دار تمرکز کنید که نتیجه این استراتژی حرکت از درون زایی محض به تبعیت محض از تجارت آزاد بود (ادواردز، ۱۹۹۷).

۱.۲. استراتژی‌های توسعه مبتنی بر تجارت آزاد

پیش از شروع نظریه پردازی و ترغیب و تشویق برای پیوستن به جریان تجارت آزاد، سیاست جایگزینی واردات رویکرد بیشتر کشورهای درحال توسعه در تعاملات بین المللی بود (کروگمن و سائرین، ۲۰۱۱). در این رویکرد کشورها با ایجاد موانع تجاری در همه صنایع وارداتی سعی بر حمایت از تولید داخلی دارند (هانت، ۱۳۹۲). این سیاست موجب می‌شود نه تنها صنایع فعال در کشور به صورت غیررقابتی فعالیت کنند، بلکه امکان استفاده از مزیت سایر کشورها در سرمایه گذاری و تکنولوژی تولید نیز وجود نخواهد داشت. در جدول زیر نرخ موثر حمایتی در برخی از کشورهای در حال توسعه در زمانی که سیاست جایگزینی واردات را دنبال می‌کردند آمده است.

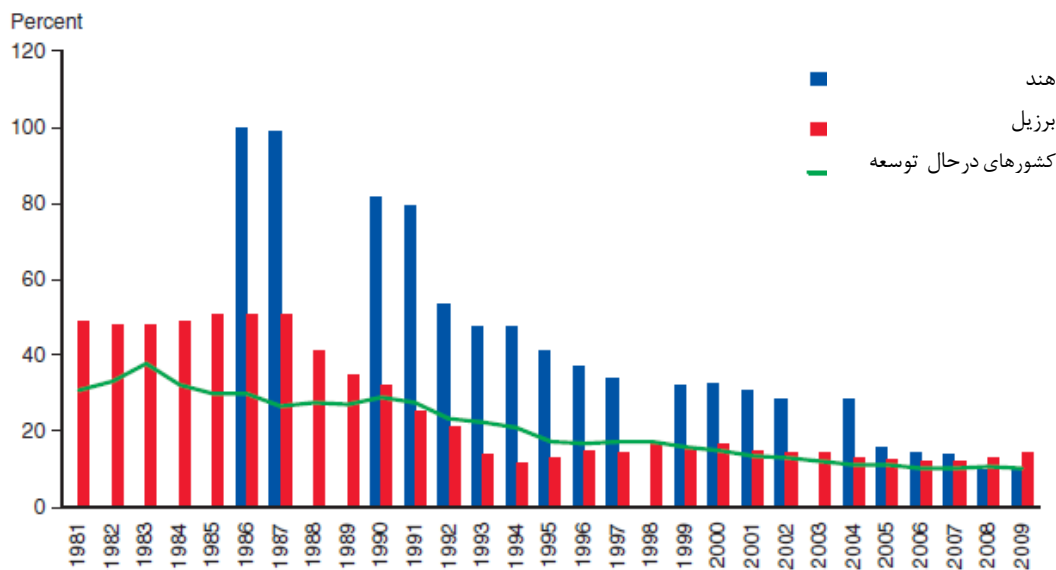
جدول ۱- حمایت موثر از تولیدات صنعتی در برخی از کشورهای درحال توسعه (درصد)

نام کشور	میزان حمایت
مکزیک (۱۹۶۰)	۲۶
فیلیپین (۱۹۶۵)	۶۱
برزیل (۱۹۶۶)	۱۱۳
شیلی (۱۹۶۱)	۱۸۲
پاکستان (۲۷۱)	۲۷۱

منبع: (کروگمن و همکاران، ۲۰۱۱)

پس از مطرح شدن تئوری‌های تجارت جریانی در سطح اقتصاد دنیا ایجاد شد که به سرعت به تبلیغ منافع تجارت آزاد پرداخت به نحوی که استراتژی بسیاری از کشورهای درحال توسعه به سمت سیاست تمرکز بر تجارت آزاد تغییر کرد (هارود، ۱۳۹۳). در نمودار زیر روند تغییر نرخ تعرفه در کشورهای در حال توسعه نشان داده شده است. سرعت کاهش تعرفه‌ها در دهه ۹۰ نشان از یک حرکت دسته جمعی در کشورهای درحال توسعه به سمت تجارت آزاد دارد.

نمودار ۱- روند تغییر نرخ تعرفه در کشورهای در حال توسعه منتخب



آیا حرکت به سمت تجارت آزاد تحت هر شرایطی، وضع بهتری را برای کشورهای در حال توسعه ایجاد می‌کند؟ در بخش بعد نشان می‌دهیم استفاده از این استراتژی برای کشورهای در حال توسعه در مواردی که عنوان می‌شود مانع از شکل‌گیری تولید داخلی حتی با وجود مزیت نسبی خواهد شد. در این موارد کشورهای در حال توسعه بازار مصرف واحدهای تولیدی کشورهای توسعه یافته می‌شوند که همان استراتژی نفوذ اقتصادی جریان سلطه است (دریورو، ۱۳۸۴). اصرار کشورهای توسعه یافته بر حاکمیت تجارت آزاد در جهان و ایجاد یک جریان تبلیغی بسیار گسترده در این رابطه شاهدهی بر این مدعا است.

۲. محدود شدن فرصت‌های پیشرفت در اقتصاد به سبب تجارت آزاد

در این بخش با استناد به مبانی نظری تئوری‌های تجاری به تبیین مواردی می‌پردازیم که تجارت آزاد لزوماً منجر به توسعه و افزایش رفاه نمی‌شود. همچنین با توجه به اینکه امکان وقوع این موارد در کشورهای در حال توسعه بسیار بیشتر از کشورهای توسعه یافته است و بنابراین نفوذ اقتصادی به این کشورها به راحتی برای کشورهای توسعه یافته ممکن می‌شود. این موارد عبارتند از:

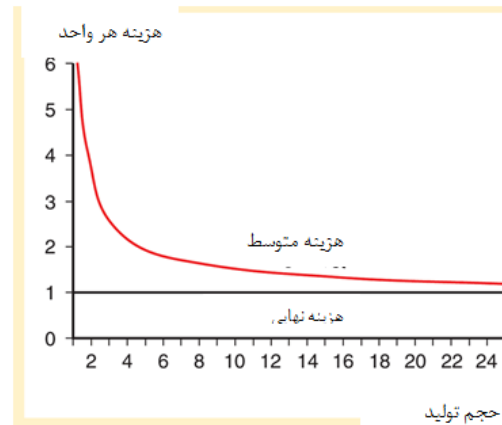
- وجود مزیت رقابتی اما ظرفیت تولید پایین
- استفاده از قدرت قیمت‌گذاری در بازار انحصاری
- تجارت در شرایط شکست بازار

۲.۱. وجود مزیت رقابتی اما ظرفیت تولید پایین

وجود هزینه‌های ثابت اولیه برای ایجاد واحد تولیدی در بسیاری از صنایع به ویژه صنایع مبتنی بر فناوری نوین موجب می‌شود ایجاد یک واحد تولیدی جدید مقرون به صرفه نباشد. به این ترتیب واحدهای تولیدی قدیمی با توجه به اینکه تولیدشان به یک سطح مشخص رسیده و هزینه‌ها اکنون سرشکن بر تولید زیادتر می‌شود در مقایسه با

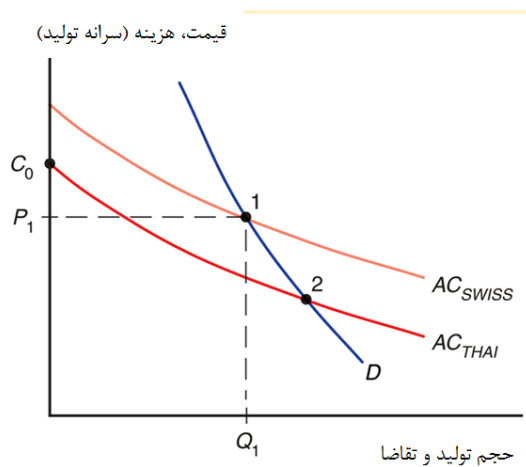
واحدهای جدید دارای قدرت قیمت‌گذاری هستند. در این صنایع تنها راه ادامه حیات افزایش تولید و کاهش هزینه‌ها با این روش می‌باشد. شکل زیر این وضعیت را نشان می‌دهد.

نمودار ۲- اثر صرفه به مقیاس در هزینه تولید هر واحد



در این صنایع حتی اگر تولیدکننده جدید دارای مزیت باشد اما در مراحل آغازین و حتی در ظرفیت‌های تولید پایین به دلیل عدم امکان رقابت ادامه حیات امکان پذیر نیست اما اگر حمایت‌ها تا سطحی از تولید صورت پذیرد، مزیت رقابتی در آن صنعت نمایان می‌شود. مثال معروف ساعت سوئیسی و تایلندی در شکل زیر، این مطلب را به خوبی نشان می‌دهد. با وجود اینکه در همه سطوح تولید هزینه تولید ساعت تایلندی ارزان‌تر است اما با توجه به اینکه سوئیسی‌ها سال‌ها است در این صنعت تولید کرده‌اند و به سطح بالایی از تولید رسیده‌اند ورود ساعت ساز تایلندی به صنعت به دلیل هزینه اولیه تولید امکان‌پذیر نیست.

نمودار ۳- دشواری رقابت در گام‌های اول تولید (مثال رقابت ساعت سوئیسی با ساعت تایلندی)



نتیجه پیروی صرف از تجارت آزاد این است که کشورهای در حال توسعه به تولید کالا در این صنایع وارد نشوند زیرا توان رقابت با تولیدکنندگان موجود در کشورهای توسعه یافته را ندارند. این مساله زمانی مهمتر می شود که کشور در حال توسعه دارای بازار مصرف داخلی بزرگی در این کالا باشد. واگذار کردن بازار داخل به تولیدات خارجی در راستای سیاست های تجارت آزاد موجب تبدیل شدن کشور در حال توسعه به بازار مصرف کشورهای توسعه یافته می شود. در عوض این امکان وجود دارد تا کشور در حال توسعه با حمایت موقت از تولید داخل برای افزایش ظرفیت و ایجاد واحدهای تولیدی رقابت پذیر، مزیت نسبی خود در این صنعت را نمایان سازد و از آن بهره برداری کند (هارود، ۱۹۹۳).

۲.۲. استفاده از قدرت قیمت گذاری در بازار انحصاری

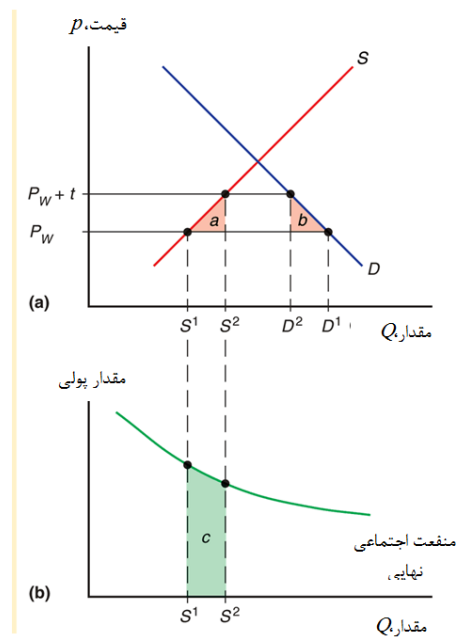
در بازار غیر رقابتی تولید کننده خارجی به ویژه با حاشیه سود بالا، می تواند برای از بازار بیرون کردن رقیب خود (تولیدکننده داخل) قیمت های فروش در بازارهای جهانی را پایین تر از بازار داخلی خود تعیین کند که به این شرایط در ادبیات تجارت بین الملل دامپینگ^۳ می گویند. در شرایط دامپینگ در صورت عدم حمایت از تولید کننده داخل، امکان ورشکستگی و پایان فعالیت بنگاه تولیدی نیز وجود دارد.

با توجه به بالا بودن ظرفیت تولید و حاشیه سود واحدهای تولیدی فعال در کشورهای توسعه یافته، اگر واحدهای تولیدی این صنایع در کشورهای در حال توسعه شکل بگیرند، در معرض استراتژی های دامپینگ هستند. آسیب پذیری کشورهای در حال توسعه در این مورد هم بسیار بیشتر از کشورهای توسعه یافته است (رولاند، ۱۳۹۶).

۲.۳. تجارت در شرایط شکست بازار

اگر ایجاد یک محدودیت تجاری به اندازه کافی منفعت اجتماعی ایجاد کند که هزینه کارایی از دست رفته را جبران کند، استفاده از سیاست های حمایتی بر تجارت آزاد ترجیح دارد. این موارد از مصادیق شکست بازار هستند. در نمودار زیر این موضوع نشان داده شده است. با وجود اینکه قیمت ها در بازارهای جهانی (P_W) پایین تر است اما ارائه یک حمایت از نوع تعرفه ای آن (به میزان t) چنان منفعت اجتماعی ایجاد می کند که هزینه های اقتصادی تعرفه را پوشش می دهد و آن را توجیه پذیر می کند. در بخش a نمودار هزینه رفاه از دست رفته وضع تعرفه نشان داده شده است که اگر از کل منفعت اجتماعی ناشی از وضع تعرفه که به صورت مساحت زیر منحنی منافع اجتماعی نهایی در بخش b نشان داده شده است کمتر باشد وضع تعرفه دارای توجیه می باشد.

نمودار ۴- منافع اجتماعی در مقابل هزینه‌های ناشی از وضع تعرفه



بنابراین به نظر می‌رسد در مصادیق شکست بازار، تبعیت از تجارت آزاد دیگر به صلاح نیست. زیرا در منطق تجارت آزاد هزینه‌های اجتماعی دیده نمی‌شود و تنها صرف اینکه قیمت یک کالا در یک کشور از قیمت جهانی بالاتر است این کالا بدون مزیت نسبی شناخته می‌شود و نباید تولید شود. مصادیق شکست بازار عبارت است از (منبع، ...):

- مشکل جذب منافع^۴: عدم سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه برای تولید کالاها و خدمات دانش بنیان به علت امکان تقلید و کپی برداری دیگران
- بازارهای مالی ناکامل^۵: صنایع کوچک و نوپا به دلیل عدم سابقه مالی و سودآوری نمی‌توانند در بازارهای مالی تامین مالی کنند.

بر این اساس اگر به مکانیزم بازار اتکا کنیم اساساً به دلایل فوق شرکت‌های کوچک مبتنی بر فناوری‌های نوین شکل نمی‌گیرد. نکته حائز اهمیت اینکه همه مصادیق شکست بازار در کشورهای در حال توسعه امکان وقوع بیشتری دارد زیرا به دلیل ناکامل بودن قانون مالکیت معنوی امکان تقلید از نوآوری‌ها در این کشورها بیشتر است. همچنین به دلیل ناکامل و ناکارآمد بودن بازارهای مالی در این کشورها امکان تامین مالی بنگاه‌ها و بطور خاص بنگاه‌های جدید کمتر است. از این رو کشورهای در حال توسعه در فضای تجارت آزاد نمی‌توانند محلی برای تشکیل شرکت‌های مبتنی بر فناوری باشند.

۲,۴. مکزیک و پیمان نفتا: نمونه‌ای از آسیب‌پذیری به سبب تکیه بر تجارت آزاد

4. Appropriability Problem
 5. Imperfect financial markets

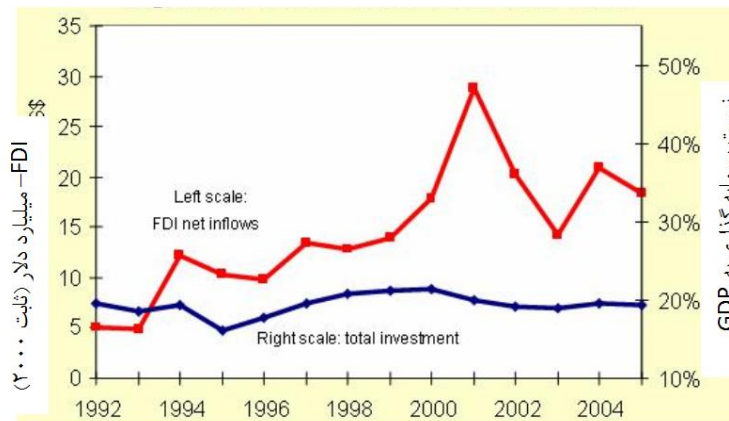
بررسی تجربه توافقنامه تجارت آزاد آمریکای شمالی^۶، که به قرارداد نفتا^۷ شهرت دارد نشان می‌دهد طی بیست سالی که این توافق به اجرا رسیده است، عدم توجه به نکاتی که در موارد فوق بدان پرداخته شد موجب شده است تا کشور مکزیک به عنوان تنها کشور در حال توسعه عضو این توافق نتواند از مواهب آن بهره مند شود. با در نظر گرفتن کشورهای عضو این توافقنامه، یعنی آمریکا، کانادا و مکزیک، می‌توان گفت که قرارداد نفتا امروز بازاری منطقه‌ای به ارزش ۱۹ هزار میلیارد دلاری با ۴۷۰ میلیون مصرف کننده را ایجاد کرده است (اسپ، ۱۹۹۳). داده‌های اتاق بازرگانی ایالات متحده نشان می‌دهند که شش میلیون شغل در آمریکا وابسته به تجارت با مکزیک هستند و هشت میلیون شغل نیز به خاطر تجارت با کانادا شکل گرفته‌اند. نفتا نخستین قرارداد تجارت آزادی بود که میان کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه منعقد شد و نسبت به قراردادهای پیش از خود، بزرگترین بازار مشترک را ایجاد کرد (برفیش و ترفلدر، ۲۰۰۱). قرارداد نفتا همه تعرفه‌های گمرکی برای کالاهای صنعتی را حذف کرد و تجارت نامحدود محصولات کشاورزی میان آمریکا و مکزیک را تضمین کرد. علاوه بر این‌ها، قرارداد نفتا شامل بخش‌هایی برای توسعه بخش خدمات و همچنین حمایت از حقوق سرمایه‌گذاران و حفاظت از قوانین حق انتشار بود (برای مطالعه بیشتر رک به: مرونو-برد، ۱۹۹۸ و بالاسا، ۱۹۸۳).

برای ایالات متحده آمریکا، پیامدهای اقتصاد و همچنین اجتماعی، سیاسی و فرهنگی قرار نفتا چشمگیر بوده است و لذا برخی تحلیل‌گران توصیه می‌کنند اگر آمریکا شمالی بخواهد همچنان یکی از رقابت پذیرترین بخش‌های اقتصاد جهان باقی بماند، باید بازارهای جدیدی را بر پایه قرارداد نفتا فراتر از مرزهایش ایجاد کند (برفیش و ترفلدر، ۲۰۰۱).

قرارداد نفتا فعالیت اقتصادی در مرزهای کشورهای عضو را متحول کرد. امروز کانادا بزرگترین مقصد صادراتی محصولات آمریکایی است و همچنین کانادا نیز ۹۸ درصد از انرژی صادراتی خود را راهی آمریکا می‌کند. مکزیک نیز دومین مقصد محصولات صادراتی آمریکا محسوب می‌شود. طی دو دهه اخیر، زنجیره تأمین بسیاری کارا و یکپارچه در آمریکای شمالی ایجاد شده است و تجارت میان منطقه‌ای در کشورهای عضو نفتا نیز در این مدت رشدی ۴۰۰ درصدی را تجربه کرده است؛ از ۲۹۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۳ به بیش از ۱،۱ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ (همان).

هر روز حدود ۲ میلیارد کالا و خدمات از مرزهای شمالی و ۱ میلیارد کالا و خدمات از مرزهای جنوبی آمریکا به دیگر کشورهای عضو نفتا جابجا می‌شوند. قرارداد نفتا نه تنها تجارت بین کشورها را ارتقا داده بلکه باعث همکاری‌های بیشتر میان بخش‌های تولیدی و تجاری منطقه شده به طوری که اکنون حدود نیمی از تجارت آمریکا با کانادا و مکزیک را ارتباط بین شرکت‌ها شکل می‌دهد، ارتباطی که باعث افزایش بهره‌وری و تخصص در منطقه شده است. در کنار این‌ها، باید تاثیر قرارداد نفتا بر سرمایه‌گذاری را نیز مورد توجه قرار داد. برای مثال مکزیک سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی را در بخش‌های سیمان و لبنیات آمریکا انجام داده و بخش قابل توجهی از سرمایه‌گذاری آمریکایی‌ها در مکزیک نیز راهی بخش تولید و به خصوص خودروسازی شده است. به همین خاطر می‌توان گفت که قرارداد نفتا طی دو دهه اخیر، به بهبود بهره‌وری فعالیت اقتصادی در منطقه آمریکا شمالی سود رسانده است و منفعت آن نه تنها برای یک کشور، بلکه برای هر سه کشور عضو توافقنامه بوده است.

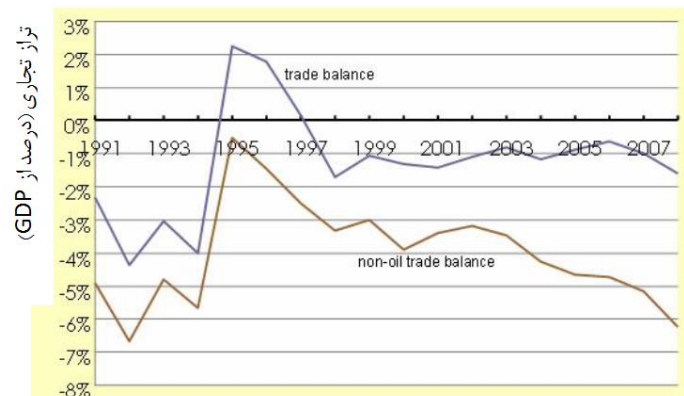
نمودار ۵- مقایسه نرخ جذب سرمایه‌گذاری خارجی (FDI) در مقابل نرخ سرمایه‌گذاری.



منبع: بانک جهانی، نماگرهای توسعه جهانی، ۲۰۰۸

البته بررسی‌ها نشان می‌دهد مکزیک به عنوان کشور در حال توسعه موجود در نفتا بازنده این توافق بوده است. دو سال پس از عضویت در منطقه آزاد تجاری هشت هزار موسسه از شرکتهای کوچک و متوسط مکزیکی به دلیل عدم توان رقابت ورشکست شدند و دو میلیون نفر کار خود را از دست دادند. مهمترین دلیل این شکست عدم توجه مکزیک به توسعه اقتصاد داخل عنوان می‌شود: سیاست‌های تجاری با سیاست‌های توسعه اشتباه گرفته شده بود (بالاسا، ۱۹۸۳، اسپ، ۱۹۹۳).

نمودار ۶- تراز تجاری مکزیک (۱۹۹۱-۲۰۰۸)



منبع: بانک مرکزی مکزیک، ۲۰۰۹

نکاتی که مکزیک در تعاملات تجاری پیمان نفتا بدان توجه نکرد و موجب شد به عنوان بازنده این توافق شناخته شود و از منافع این توافق تجاری برای حرکت در مسیر توسعه بهره برداری نکند عبارتند از:

- حذف کامل همه حمایت‌ها از کارآفرینان داخلی حتی در مواردی که در آنها دارای مزیت بود.
- پیروی با سرعت از تجارت آزاد در صنایع مواد غذایی انبوهی از کشاورزان را بیکار کرد که امکان جذب آنها در صنایع دیگر نبود.

- توافق نفتا، هیچ استاندارد برای محیط زیست یا حقوق کارکنان تعیین نکرده بود که از این لحاظ نیز مکزیک آسیب دید.
- توافق، هیچ منابعی را برای افزایش سطح توسعه مکزیک در نظر نگرفته بود.
- مکزیک برای توسعه تنها نگاه خارجی داشت و هیچ سیاست توسعه‌ای داخلی را تدوین نکرده بود.

۳. جایگاه تعامل اقتصادی با خارج در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت

الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر اساس بیانات مقام معظم رهبری سندی بالادستی برای همه اسناد برنامه ای و چشم اندازی کشور خواهد بود (مقام معظم رهبری، ۸۹/۹/۱۰). بنابراین باید نقشه راه حرکت اقتصاد در حوزه‌های مختلف را طوری ترسیم کند که اهداف الگو به بهترین نحو محقق شود. از این رو لاجرم می‌بایست دغدغه مشخصی نسبت به بحث روابط اقتصادی با خارج در این الگو وجود داشته باشد. الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت از این منظر اقتصاد می‌بایست توانایی مقابله با تکانه‌های وارد شده بر اقتصاد را داشته باشد البته به گونه‌ای که در اندیشه اقتصاد مقاومتی افزون بر تعامل پویا با دنیای خارج و استفاده از امکانات تجارت آزاد، امنیت اقتصادی کشور حفظ می‌شود و نوسان‌های محیط بین‌المللی اقتصادی و تهدیدهای آن کم‌ترین تاثیر منفی را در روند بلند مدت متغیرهای کلان اقتصاد خواهد داشت. (سیف و راهی‌دهتی و مرشدی ۱۳۹۴).

شاید بهترین نقشه راه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در حوزه تجارت خارجی رهنمودهای مقام معظم رهبری پیرامون اقتصاد مقاومتی در دو بعد درون‌زایی و برون‌گرایی باشد. این دو بعد در کنار هم و در تناظر با یکدیگر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. در درون‌زایی تمرکز بر تولید داخلی و فعال شدن صنایع داخلی و نیروی انسانی داخلی است و در برون‌گرایی بحث صادرات مطرح هست؛ دو نکته ای که مورد تأکید طراحان نقشه راه اقتصاد مقاومتی کشور است. باید توجه داشت که تاریخ اقتصادی، قریب به اتفاق کشورهای موفق و پیشرفته‌ی اقتصادی، مسیر پیشرفت خود را با تکیه بر درون‌زایی و عوامل مولد داخلی و بازارهای داخلی خود آغاز کرده‌اند. برخلاف تصور عده‌ای، درون‌زایی در ادبیات علمی اقتصاد مساوی انزوا یا حمایت‌گرایی نیست. البته حمایت‌گرایی اقتصادی از فرصت‌ها و مزیت‌های اقتصادی داخلی، در بین همه‌ی اقتصاددانان دنیا در محدوده‌ی خاصی معنادار و مقبول است، اما درون‌زایی رشد و پیشرفت، ارتباطی با انزوا و بستن درها و فقدان تعاملات بین‌المللی ندارد. درون‌زایی غیر از درون‌گرایی و بریدن از تعاملات سازنده‌ی بین‌المللی است و به معنای عدم استفاده از فرصت‌های مفید جهانی نیست. الگوی اقتصادی مطلوب برای ایران، درون‌زایی در عین برون‌گرایی و در عین برقراری تعاملات دوسویه است. درون‌زایی به هیچ عنوان نباید به انفعال، درون‌گرایی، خودبسندگی، بریدن از فضای جهانی و راهبردهای انزواطلبانه تعبیر شود. مقام معظم رهبری در این زمینه تاکید دارند که: «اساس کار در اقتصاد مقاومتی، اقتصاد دانش‌بنیان است؛ زیرا اقتصاد مقاومتی اقتصاد درون‌زا است، اقتصادی است که در داخل پایه‌های مستحکمی دارد که تکانه‌های بین‌المللی و جهانی و اقتصادی آن را از جا درنمیبرد؛ این اقتصاد مقاومتی است، اقتصاد مقاوم. یکی از اساسی‌ترین پایه‌های این اقتصاد عبارت است از اقتصاد دانش‌بنیان؛ اقتصادی که متکی باشد به علم، این خیلی مهم است. خوب،

به نظر ما نخبه‌های جوان می‌توانند در اقتصاد دانش‌بنیان که در واقع ستون اصلی اقتصاد مقاومتی است، نقش ایفا کنند.» بیانات در دیدار شرکت‌کنندگان در نهمین همایش ملی «نخبگان فردا» (۱۳۹۴/۷/۲)

از دیگر سو توجه به درون نباید ما را از فرصت‌ها و ظرفیت‌های رشد در تعامل با اقتصاد جهانی باز دارد. در این راستا ایشان تاکید داشته‌اند که «گفتیم اقتصاد ما درون‌زا و برون‌گرا است؛ ما از درون باید رشد کنیم و بجوشیم و افزایش پیدا کنیم، اما بایستی نگاه به بیرون داشته باشیم؛ بازارهای جهانی متعلق به ما است، باید بتوانیم با همّت خود و با ابتکار خود، در این بازارها حضور پیدا کنیم و این حضور بدون حمایت دولت امکان‌پذیر نیست؛ که البته بخشهای مختلف دولتی در این زمینه می‌توانند سهم داشته باشند.» (بیانات در دیدار کارگران گروه صنعتی مپنا، ۱۳۹۳/۲/۱۰)

۴. استراتژی توسعه درون‌زا و برون‌نگر

با توجه به مباحث ارائه شده در بخش‌های قبلی به نظر می‌رسد نه استراتژی جایگزینی واردات (درون‌زایی محض) و نه استراتژی تجارت آزاد (برون‌نگری محض) می‌تواند مسیر توسعه را برای کشورهای در حال توسعه فراهم کند. در عوض یک استراتژی توسعه درون‌زا و برون‌نگر می‌تواند هم منافع تجارت آزاد را برای کشورهای در حال توسعه فراهم کند و هم مشکلات آن را به نحوی از میان بردارد.

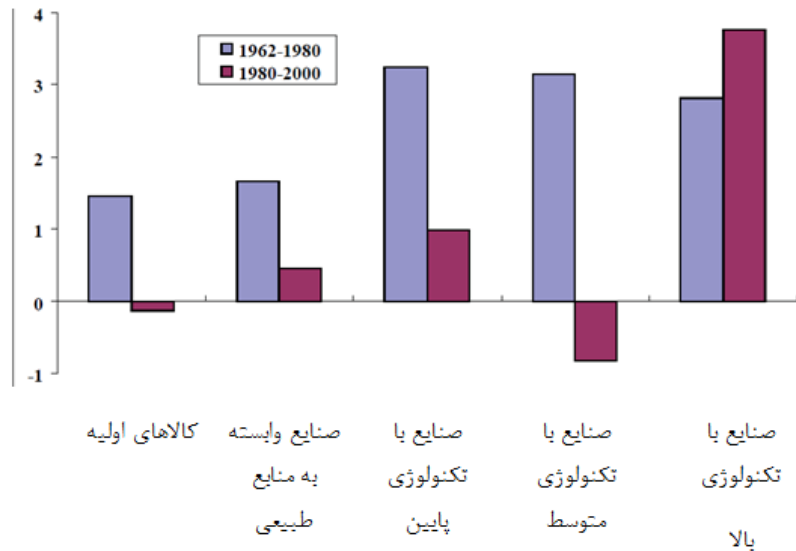
نمونه‌ای از این نوع استراتژی در استراتژی‌های توسعه صنعتی برخی از کشورها یافت می‌شود که در آن برای تعامل با جهان ضمن شناسایی و حمایت از صنایع مزیت‌دار، سعی می‌شود در قالب یک برنامه زمانی مشخص در این صنایع کالاهای رقابت‌پذیر با دنیا تولید شود. در این نوع استراتژی برای حمایت از صنایع داخلی باید مورد توجه داشت که اولاً حمایت‌ها موقتی است و بعد از رقابت‌پذیر شدن تولید در این صنایع حذف می‌شوند و ثانیاً به دلیل شفافیت بیشتر، تا جایی که حمایت‌های غیر تجاری ممکن باشد، از حمایت‌های تجاری استفاده نخواهد شد.

نمونه بارز این استراتژی کشورهای شرق آسیا هستند. موفق‌ترین کشورهای شرق آسیا مثل کره و ژاپن از سیاست‌های فعالانه صنعتی استفاده کرده‌اند. برخی محققین اعتقاد دارند اعمال سیاست‌های تجاری باید بر اساس درجه توسعه یافتگی کشورها انجام شود (سانتوس‌پالینو و سیروال، ۲۰۰۴). بدین معنی که کشورهای پیشرفته کنونی نظیر بریتانیا، آمریکا، آلمان، ژاپن سیاست‌هایی که در زمان توسعه نیافتگی در پیش می‌گرفتند، تقریباً خلاف آن سیاست‌هایی است که در حال حاضر به کشورهای جهان سوم می‌شود. این کشورها تا پیش از رسیدن به مرحله توسعه یافتگی، سیاست‌های حمایتی خود را از بخش‌های اقتصادی موردنظر اعمال و با برنامه ریزی‌های لازم به تدریج به سمت آزادسازی حرکت کردند.

در این میان باید توجه داشت پیش از ورود به عرصه تجارت بین‌الملل باید ابتدا توان تولید داخلی را در یک سطح قابل قبول آماده کرد تا بتوان از پتانسیل‌های موجود در فضای جهانی استفاده کرد. نمودار زیر که از بررسی شرایط ۱۰۵ کشور در حال توسعه استخراج شده است نشان می‌دهد تنها کشورهایی که الگوی تجاری آن‌ها صنایع با فناوری بالا بوده است پس از تجارت از رشد بالاتری بهره‌مند شده‌اند و در مقابل کشورهایی که نتوانستند تولید داخلی خود

را تقویت کنند و با همان الگوی سنتی تولید وارد عرصه تعاملات بین المللی شدند با کاهش رشد اقتصادی مواجه شده‌اند (رودریک، ۱۹۹۲).

نمودار ۷- رشد GDP سرانه در گروه کشورهای دارای الگوی تجاری-توسعه‌ای متفاوت (۱۰۵ کشور در حال توسعه: ۱۹۶۲-۲۰۰۰)



مطابق با تئوری‌های اقتصادی توجه به تجارت بین الملل و تمرکز بر مزیت نسبی موجب افزایش رفاه خواهد شد. اشتباهی که برخی از کشورهای در حال توسعه مرتکب شدند توجه به مزیت‌های بالفعل و عدم توجه به مزیت‌های بالقوه است. در بسیاری از صنایع مزیت نسبی بالقوه (تولید با هزینه کمتر) تنها پس از سرمایه‌گذاری و رسیدن به سطح مشخصی از تولید نمایان می‌شود که حمایت از این صنایع باید در قالب استراتژی توسعه صنعتی شکل گیرد. در این میان توجه به نکات زیر حائز اهمیت است:

- برنامه‌های حمایتی باید تنها از صنایع مزیت دار به شکل هدفمند و با مدت زمان محدود صورت پذیرد.
- حمایت باید در راستای از بین بردن شکست بازار و ایجاد انگیزه برای حضور بخش خصوصی در تولید باشد (مانند تامین مالی و هزینه تحقیق و توسعه).
- تاجایی که حمایت‌های غیر تجاری مانند کاهش مالیات و جبران هزینه‌ها ممکن است حمایت‌های تجاری صورت نگیرد.
- همواره در تعیین کیفیت، قیمت و استانداردهای تولید بازارهای رقابتی صادراتی هدف گیری شود.

۵. نتیجه گیری

الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت که بر اساس بیانات مقام معظم رهبری سندی بالادستی برای همه اسناد برنامه ای و چشم اندازی کشور خواهد بود می بایست بستر پیشرفت همه جانبه کشور را فراهم سازد. از این رو ضروری است که رویکرد و استراتژی مشخصی در حوزه تعاملات اقتصادی در سطح بین الملل داشته باشد. از سوی دیگر امروزه جهانی

شدن یکی از مسائل مهم مورد مطالعه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه می‌باشد و تاکنون مطالعات مختلف جنبه‌های گوناگون آن را برای کشورهای مختلف بررسی کرده‌اند. آنچه که بیش از همه برای کشورهای در حال توسعه اهمیت دارد هزینه‌های اقتصادی جهانی شدن می‌باشد. علی‌رغم وجود نگاه تئوریک غالب در تجارت بین الملل مبنی بر تضمین منافع همه طرف‌های تجاری، برخی کشورهای در حال توسعه از تجارت آزاد متضرر شده‌اند. به نظر می‌رسد اتخاذ برخی رویکردها و استراتژی‌ها توسط کشورهای در حال توسعه، ظرفیت‌ها را بالقوه رشد آن‌ها را شکوفا نکرده و چه بسا مانع توسعه همه جانبه آن‌ها شده است. در این مقاله بر مبنای فرمایشات مقام معظم رهبری و سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، رویکردی درون‌زا و برون‌نگر پیشنهاد شده است که اتخاذ آن هم موجب اجتناب از نفوذ جریان سلطه خواهد شد و هم استفاده از پتانسیل موجود در فضای بین الملل را برای کشور ممکن می‌سازد.

همانطور که پیشتر اشاره شد پس از مطرح شدن تئوری‌های تجارت جریانی در سطح اقتصاد دنیا ایجاد شد که به سرعت به تبلیغ منافع تجارت آزاد پرداخت؛ به نحوی که استراتژی بسیاری از کشورهای در حال توسعه به سمت سیاست تمرکز بر تجارت آزاد تغییر کرد. تجربیات عینی نشان می‌دهد استفاده از این استراتژی برای کشورهای در حال توسعه در موارد صنایع با هزینه‌های اولیه بالا، دامپینگ و شکست بازار مانع از شکل‌گیری تولید داخلی حتی با وجود مزیت نسبی خواهد شد. در این موارد کشورهای در حال توسعه بازار مصرف واحدهای تولیدی کشورهای توسعه یافته می‌شوند که مسلماً از مصادیق نفوذ اقتصادی جریان سلطه است. در این راستا توجه به تجربه مکزیکی به عنوان تنها کشور در حال توسعه حاضر در پیمان نفتا بسیار مفید است.

بر این اساس به نظر می‌رسد نه استراتژی جایگزینی واردات (درون‌زایی محض) و نه استراتژی تجارت آزاد (برون‌نگری محض) نمی‌تواند مسیر پیشرفت را برای ایران فراهم کند. در عوض یک استراتژی توسعه درون‌زا و برون‌نگر می‌تواند هم منافع تجارت آزاد را فراهم کند و هم مشکلات این استراتژی‌ها را به نحوی از میان بردارد. اقتصاد مقاومتی نیازمند اتخاذ یک استراتژی ترکیبی است که در آن هم شکوفا سازی پتانسیل‌های داخلی و هم ایجاد تعامل سازنده و برد-برد با مفید دنبال می‌شود. نمونه‌ای از این نوع استراتژی برای تعامل با جهان، بر این اصول استوار است که ضمن شناسایی و حمایت از صنایع مزیت دار، در قالب یک برنامه زمانی مشخص در این صنایع کالاهای رقابت‌پذیر با دنیا تولید شود؛ از سوی دیگر به عنوان رکن دیگر این استراتژی می‌بایست شاخص مشخصی برای سنجش درجه اولویت و اساسی بودن کالاها طراحی شود و بر مبنای آن تعداد محدودی کالاها در زمره کالاهای اساسی قرار گرفته و با یک برنامه مشخص به تولید آن‌ها تا مرز خودکفایی اقدام شود. به عبارت دیگر خودکفایی در برخی از کالاهای اساسی و اتخاذ رویکرد درون‌زایی محض در مورد این کالاها از اهمیت چشمگیری برخوردار است اما نمی‌توان این رویکرد را به همه کالاها تعمیم داد. در این نوع استراتژی برای حمایت از صنایع داخلی باید توجه داشت که اولاً حمایت‌ها موقتی است و بعد از رقابت پذیر شدن تولید در این صنایع حذف می‌شوند و ثانیاً به دلیل شفافیت بیشتر، تا جایی که حمایت‌های غیرتجاری ممکن باشد، از حمایت‌های تجاری استفاده نخواهد شد. به دیگر کلام در مورد عموم صنایع (کالاها) می‌بایست با سنجش دقیق ظرفیت‌های رشد در عرصه داخلی و خارجی سنجیده شود و در صورتی که ظرفیت رشد وجود داشت بستر نهادی و ساختاری لازم برای رشد آن فراهم گردد.

مطالعه تدابیر منتشره در سند الگوی پایه حاکی از آن است که به موضوع استراتژی‌های تجاری در راستای پیشرفت توجه کافی صورت نپذیرفته است؛ از این رو در پایان توصیه می‌شود که در میان تدابیر سند پیشنهادی الگو یک تدبیر به شرح زیر اضافه گردد: «اتخاذ رویکرد فعالانه در حوزه تجارت جهانی و منطقه‌ای با تاکید بر استفاده حداکثری از پتانسیل‌های اقتصادی داخل».

منابع و مآخذ

- استیگلیتز جوزف، ۱۳۸۷، جهانی شدن و پیامدهای ناگوار آن، ترجمه محمدرضا باوفا، تهران، انتشارات امیرکبیر.
- پورمقیم، سیدجواد (۱۳۸۶)، اقتصاد بین الملل (۲)، تهران، انتشارات سمت.
- رولاند جرارد (۱۳۹۶)، اقتصاد توسعه، مترجم: محمد سلیمانی، تهران، نشر چالش.
- دریورو، اسوالدو، ۱۳۸۴، افسانه توسعه، ترجمه محمود عبدالله زاده، تهران: نشر اختران.
- موسوی ثمرین، سید سعید (۱۳۹۲)، نقش نیروهای نظامی در پیشبرد اقتصاد مقاومتی، رشد اقتصاد اقتصادی، شماره ۲۹-۳۰، سایت تبیان.
- میرمعزی، سید سعید (۱۳۹۳)، اقتصاد مقاومتی از منظر دین، مجله مبلغان، شماره ۱۷۹.
- هانت دایانا، (۱۳۹۲)، پارادایم رقیب در اقتصاد توسعه، ترجمه: غلامرضا ازاد ارمکی، تهران: نشر نی.
- Aspe, P. (1993), *Economic Transformation, The Mexican Way*, (US: The MIT Press).
- Balassa, B. (1983), "Trade Policy in Mexico", *World Development*, 11 (9): 795-811.
- Burfisher, M.E., S. Robinson and K. Thierfelder (2001), "The Impact of NAFTA on the United States", *Journal of Economic Perspectives*, 15(1): 125-144.
- Moreno-Brid, J. C. (1998), "Balance-of-Payments Constrained Economic Growth: The Case of Mexico", *Banca Nazionale del Lavoro Quarterly Review*, 207: 413-433.
- Edwards, S. (1997), "Trade Liberalisation Reforms and the World Bank", *American Economic Review*, 87(2): 43-48.
- Edwards, S. (1993), "Openness, Trade Liberalisation and Growth in Developing Countries", *Journal of Economic Literature*, XXXI: 1358-1393.
- Harrod, R. (1933), *International Economics*, (Cambridge: Cambridge University Press).
- Ibarra, L. (1999), "Trade Reform, Credibility and Manufacturing Performance in Mexico", in M. Lord, *The Handbook of Latin American Trade in Manufactures* (UK: Edward Elgar).
- International Monetary Fund (IMF), *Government Finance Statistics*, Several issues, Washington DC.
- Khan, M. and R. Zahler (1985), "Trade and Financial Liberalization Given External Shocks and Inconsistent Domestic Policies", *IMF Staff Papers*, 32: 22-55.
- Krugman, Paul R., Maurice Obstfeld, and Marc Melitz. 2011. *International Economics: Theory and Policy*, 9th ed, Addison Wesley.
- Moreno-Brid, J. C. (2002) "A New Approach to Test the Balance-of-Payments Constrained Growth Model, with Reference to the Mexican Economy", in Paul Davidson (Ed.), *A Post Keynesian Perspective on 21st Century Economic Problems*, (London: Edward Elgar).
- Moreno-Brid, J. C. (2001), "Essays on Economic Growth and the Balance-of-Payments Constraint, with Special Reference to the Case of Mexico", PhD Dissertation, Trinity College, Cambridge.

- Rodrik, D. (1992), "The Limits of Trade Policy Reform in Developing Countries", *The Journal of Economic Perspectives*, 6(1):87-105.
- Santos-Paulino, A. and A.P. Thirlwall (2004), "The Impact of Trade Liberalisation on Exports, Imports, and the Balance of Payments of Developing Countries", *Economic Journal*, 114(1): 50-72.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (1999), *Trade and Development Report 1999*, Geneva.