

وهو سيادة المستهلك في الفكر الاقتصادي والنيوليبرالي

The Illusion of Consumer Sovereignty in Economic and Neoliberal Thought¹ Wolfgang Fellner, Clive L. Spash

ترجمة أ.د. أسامة عبد المجيد العاني

الكلمات المفتاحية: الليبرالية الجديدة، الاقتصاد النمساوي، اقتصاد السوق، الاقتصاد البدعي²، نظرية المستهلك
المقدمة

تحكم اقتصاديات السوق اليوم السياسات النيوليبرالية. حيث تتمحور آراء الاقتصاديين المتعاطفين مع هذا الفكر حول مفهوم سيادة المستهلك، الذي يعني باختصار إمكانية الأفراد في توجيه المؤسسات لإنتاج وتغيير متطلبات السوق وفقا لرغباتهم، كما يواجه القائد قطعاته في ساحة المعركة. بعبارة أبسط فإن طلب المستهلك يجعل آلية السوق تستجيب، حيث يتم تخصيص الموارد وتعرض السلع والخدمات. في هذا العالم المحكوم من قبل المستهلك، يرى الفكر الاقتصادي السائد أن السوق المثالي الخالي من تدخل الحكومة أو أي جهات أخرى، ناجم عن فاعلين أساسيين هما (المستهلك، المؤسسات الإنتاجية). إلا أن الاقتصاد السياسي اليوم يثبت أن الأسواق أكثر تعقيدا من ذلك التبسيط، فهناك تأثيرات وتشريعات تفرضها الحكومة، إضافة إلى جهات أخرى كالنقابات واتحادات العمال ومنظمات حماية المستهلك وغيرها، مع منظمات دولية (البنك الدولي، منظمة التجارة العالمية، الشركات عابرة القومية)، كل بحسب إهتماماته ومصالحه. لذلك لا يمكن لاقتصاد اليوم أن ينفصل عن عالم القوى هذه، وهذا ما يستوعبه الاقتصاد السياسي. وراء تفاعل القوى هذه، يكمن الخطاب الداعم من الاقتصاديين الأكاديميين لتوفير المفاهيم والحجج الرسمية التي تستخدم من قبل اللاعبين الفاعلين لممارسة أدوارهم، وتؤكد للآخرين أن مؤسسات السوق الحر هي أفضل وسيلة لقيادة المجتمع البشري. حتى الحكومة - بوصفها لاعبا رئيسيا محتملا - تكون خاضعة لمصالح الأطراف الفاعلة في السوق، ولا سيما الشركات. هذا هو شكل الدولة الصناعية الجديدة

- 1) ورقة نوقشت في جامعة الاقتصاد والأعمال - معهد البيئة والتنمية الإقليمية في النمسا بتاريخ 02 / 2014 .
- 2) يشير مصطلح الإقتصادات البدعية (المتغايرة) إلى مدارس الفكر الاقتصادي أو المنهجيات التي تقع خارج "الاقتصاد السائد"، والتي غالبا ما تمثل المعارضين ضد أو تتجاوز الاقتصاد النيوكلاسيكي. وهو "هو مصطلح شامل يستخدم لتغطية مختلف المناهج أو المدارس أو التقاليد وتشمل كل من الفوضوية، الاشتراكية، الماركسية، المؤسسية، التطورية، النمساوية، الخ. انظر الموافقة الخطية للمؤلف بالسماح بترجمة الدراسة :

Approval of traslating

Technically, the copyright for the book chapter is held by the publishers. Since we also published an identical discussion paper (the only difference is the title of the discussion paper, which is "The Illusion of Consumer Sovereignty in Economic and Neoliberal Thought"), you can translate the discussion paper and make reference to the book chapter, if you like.

Dr.Wolfgang Fellner , WU Vienna University of Economics and Business ,
م 3:43 at الثلاثاء، نيسان 10، 2018 Department of Socioeconomics.

[1967] Galbraith (2007) التي تحققت اليوم. حيث تسود في الوقت الراهن كل من القوى التكنولوجية الفاعلة والنيوليبرالية العصرية خارج نطاق الدولة الأجوف. (Rhodes, 1996).

وبقصد ايضاح تطور مفهوم سيادة المستهلك سيتم اتباع المنهج التاريخي التحليلي النقدي، الذي يسعنا لفهم تطور المصطلح واستخداماته عبر الحقب التاريخية المختلفة. ولغور تطور هذا المفهوم سيتم تتبع ثلاث جدليات هي (الذريعة السياسية، مثالية السوق، الذريعة الأخلاقية) والتي استخدمت لإثبات سيادة المستهلك في السوق. هذه الجدليات أرتبطت بثلاث مدارس للاقتصاد السياسي هي (الليبرالين الكلاسيك، المدرسة النمساوية، والكلاسيك الجدد). حيث قارب مفهوم سيادة المستهلك عند الليبرالين الكلاسيك لتصورات المدرسة النمساوية واتفقوا حتى في بعض التفسيرات. مع أن الكلاسيكيون الجدد قد سلكوا منهجا متميزا لتفسير سيادة المستهلك تمثل في تبيان دور المستهلك في تحقيق الكفاءة الاقتصادية المدعومة بالنظرية العقلانية.³ الأمر الذي سمح بموجبه

للتدخل الحكومي - على وفق الكلاسيك الجدد- كضامن لحق المستهلك والحفاظ على آلية الأسعار، والحد من تغول الشركات.

وعلى الرغم من بعض الاختلافات الجوهرية، يمكن النظر إلى جميع الحجج الثلاث المسافة على أنها جاءت لدعم الليبرالية الجديدة والعقيدة الاقتصادية الحالية حول نظام السوق الرأسمالي للشركات. مع أنه غالبا ما تشوش التناقضات الداخلية المعنى، فقد توفر الدعم بدلا من التهوين، حيث خلقت النيوليبرالية ضبابية من الاعتقاد الذاتي تمنع اختراقه أو نقده بسهولة، فظلت محافظة على تماسكها على الرغم مما يحدث، ويدعم ذلك الأزمة المالية الأخيرة (Mirowski, 2013).

في القسم التالي نبدأ برسم السياق التاريخي للفكر الاقتصادي الذي نشأ منه سيادة المستهلك، حيث نستكشف المواقف الثلاثة المذكورة أعلاه من موضحين إياها من خلال اشتغالها على ثلاثة أوار متميزة لسيادة المستهلك: كأداة سياسية، وتحقيقها لمثالية السوق، وكأداة لتحقيق الكفاءة الاقتصادية. حيث يلاحظ الجوانب المشتركة للنيوليبرالية في جميع المواقف الثلاثة المذكورة وتحظى بالولاء من أعضاء العناصر الثلاثة كلها. بعد ذلك نناقش في الحجج التي تدل على عدم سيادة المستهلك في اقتصاد السوق الرأسمالي من خلال التمييز بين الخيارات والتفضيلات، ودور المستهلكين في هيكل الاقتصادات الحديثة الحقيقية، والقوى الأخرى (مثل المنتجين والدولة) على تفضيلات المستهلكين. ونختتم باستخلاص بعض الدروس من أجل التحول المطلوب للمجتمع بعيدا عن نموذج السوق الرأسمالي للاقتصاد السياسي، ونحو اقتصاد سياسي عادل اجتماعيا ومتوافق بنبينا.

تطور الاقتصاد السياسي الحديث

يقر الاقتصاديون الكلاسيك بأن إنتاج السلع والخدمات، لا يمثل غاية في حد ذاته، فعلى الرغم من سعي المنتجين للحصول على الربح، إلا أن ذلك يبقى متوقفا على إنفاق المستهلكين (على سبيل المثال، الحماية عند التجاريين). لذلك كتب (Adam Smith [1776] p.877):

"الاستهلاك هو الغاية الوحيدة والغرض من كل الإنتاج؛ ولا ينبغي أن يحظى اهتمام المنتج إلا بالقدر اللازم الذي يطلبه المستهلك. ويمثل التعظيم الشاهد على كل ذلك، ومن العبث محاولة إثباته. إلا أنه في النظام التجاري يتم التضحية بمصلحة المستهلك باستمرار إلى مصلحة المنتج. لذا فإن الإنتاج، وليس الاستهلاك، في نهاية المطاف هو غاية كل من الصناعة والتجارة."

لم تغط كتب ادم سميث الاهتمامات غير المحدودة للمستهلك، منفعتة، تعظيمه للذة. فبالنسبة له كانت شرعية السوق الاقتصادي الليبرالي نابعة من تحقيقها لنتائج متفوقة ناجحة من سلوك الأفراد الخاضعة للقيود الأخلاقية (الفرضية) (Smith, 1982 [1759]). لذا كان تحليل السياسة الاقتصادية يمثل بحثا عن الأسس المادية للمجتمع الافتراضي (الأخلاقي). على النقيض من ذلك انتقل الاقتصاد الحديث بلا جدال إلى دعم تفضيلات الفرد المستندة على الرغبة في الاستهلاك من أي وقت مضى. هذا الموقف جاء موافقا لمذهب اللذة لديفد هيوم والذي تم تغليفه بمنفعة بنثام، ومن ثم تم اعتماده وتكييفه من قبل النيوكلاسيك.

ركز الاقتصاد الكلاسيكي على توسع الإنتاج. إلا أن واقع الحال أشر إن التراكم الرأسمالي وتوسع السوق أدى إلى تحولات جوهرية (Polanyi, 1944). فقد اتسم النصف الثاني من القرن التاسع عشر، بتوترات سياسية واجتماعية مؤثرة، فقد أصبح الصراع الطبقي بين الرأسماليين (أرباب المصانع) و إتحادات العمال في أوجه Screpanti and (Zamagni, 2001). كما أن الاقتصاد السياسي بشكل عام ونظرية العمل في القيمة على وجه الخصوص، كانت تحت وطأة هجوم من الاقتصاديين الليبرالين مركزة على كتابات ماركس (1876) والمفكرين الاشتراكيين النمساويين أمثال مورييس (1890) وروسكين (1862)، مما وفر وقود الاستياء السياسي والتوترات الاجتماعية.

(3) نظرية الاختيار العقلاني تعد ابتداء جميع القرارات التي يتخذها الفرد باعتباره آلة حساب يتخذ أفضل القرارات على أساس وحيد يتعلق بالمصلحة الشخصية، أي أن الاقتصاد متجانس.

في هذا السياق أرادت مجموعة من الاقتصاديين تحرير المهنة من أطر السياسة والأخلاق وبدلاً من ذلك جعله في إطار النظرية العلمية الموضوعية. كنتيجة لثورة المدرسة الحديثة في عام 1870، تلك الطريقة التي تم بها تغيير موازين القوى داخل الاقتصاد بشكل كبير. حيث حلت نظرية المنفعة محل نظرية العمل في القيمة، وجعلت من الاستهلاك مفهوماً أساسياً للاقتصاد الكلاسيكي الجديد. حيث صاغ الاقتصاديون الكلاسيكيون الجدد نماذجهم على أنها تشبيهات مباشرة لميكانيكا الحساب الكلاسيكي (Mirowski, 1989)، وتحويل الاقتصاد من علم أخلاقي إلى علم هندسي (Sen, 1987)، مستخدمين فلسفة رينيه ديكارت، ومنهج الاستنتاج والإيمان بسمو القوانين الرياضية في الاقتصاد. وأضحت الشركات أداة ميكانيكية مستقلة لتعظيم الأرباح. بينما كان المستهلكون العنصر الرئيس في تعظيم المنفعة، والتي يتم من خلالها تخفيض كل شيء أو تجميع كل شيء.

أراد علماء الاقتصاد الكلاسيكيون الجدد إخضاع علم الاقتصاد إلى المنطق الفيزيائي واعتباره كحقيقة موضوعية لتفسير متغيرات العلم. حيث يذكر (Mirowski, 1989) كيف تحولت المتغيرات الاقتصادية مباشرة إلى معادلات رياضية. ولا يعد ذلك مستغرباً ذلك لأن المؤسس الرئيسي، وليام ستانلي جيفونس كان مهندساً. ولا يولي هذا النهج اهتماماً كبيراً لأي شيء من ميزات الواقع الاقتصادي أو الاجتماعي حيث صيرت السلوك الإنساني شبيهاً بالآلة. جنباً نظرية المنفعة الحديثة والاقتصاد الذاتي الانتباه إلى المشاكل الاجتماعية غير السارة. واتسم الاقتصاد الحديث بكونه واقعياً أكثر من كونه مجموعة من الافتراضات الميتافيزيقية والأيدولوجية المثيرة للجدل والاستخدامات غير الملائمة. وقد سمح ذلك بحذف مفاهيم مثل الطبقة الاجتماعية، وقوة العمل، واستغلال الفانوس من الطبقة العاملة (Screpanti and Zamagni, 2001). وبدا الاقتصاد وكأنه يمضي الآن على كونه علماً خالياً من القيمة.

بينما كان اقتصاد سميث السياسي متأصلاً بعمق في الفلسفة الأخلاقية من الأساس (Raphael and Macfie, 1982 pp.5-10)، قادت الثورة الحديثة إلى طلاق الاقتصاد من السياسة والسلطة ومن أي انتماء إليه في مجال الأخلاق والاجتماع. حيث ساد المنهج التجريبي البريطاني للعالم معتمداً على الموضوعية الساذجة، التي تنكر الحاجة إلى المفاهيمية والتفسير وعلم المصطلحات. وقد تم تسهيل ذلك من خلال تبني قيمة الواقعية لديفيد هيوم والتي تم احتوائها فيما بعد من خلال الانقسام ما بين الاقتصاد الإيجابي والمعياري. قاد نجاح هذا التحول في الإطار المفاهيمي لعلم الاقتصاد إلى الربط بين قدرة المستهلكين على فرض تأثيرهم على المنتجين من خلال آلية الأسعار.

دور سيادة المستهلك في الفكر الاقتصادي

تم تطوير قياس المستهلك كسيادي في الأدبيات الاقتصادية، من قبل أولئك الذين يفضلون الرأسمالية وتبادل السوق كوسيلة أساسية للتنظيمات الاجتماعية. عزا الاقتصاديون المتعاطفون مع مفهوم سيادة المستهلك ذلك إلى ثلاثة تفسيرات مختلفة. هذه التفسيرات جاءت في ضوء الاستخدامات المتميزة والمعدة لهذا المفهوم، وهي: الذريعة السياسية والتي استخدمت بشكل فعال من قبل الليبراليين الكلاسيكيين، و آلية السوق في الاقتصاد من قبل الاقتصاد النمسائي، و كتوظيف اقتصادي مفيد من قبل الاقتصاديين الكلاسيكيين الجدد. ولكل من هذه التفسيرات آثاره الخاصة في توصيف الاقتصاد السياسي لنظام السوق الحديث. الغاية الرئيسية من هذا التوصيف هو شرعنة دور الحكومة في السياسة الاقتصادية؛ والحاجة إلى التدخل في نظام السوق؛ ومدى تقليص دور المجتمع إلى مجموعة من الأفراد الفاعلين. جدلية الذريعة السياسية:

ترجع أصول مصطلح سيادة المستهلك عادة إلى William H. Hutt (1899-1988)، وهو اقتصادي إنجليزي المولد صنف نفسه على أنه ليبرالي كلاسيكي. كما أنه غالباً ما يتم تحديده عن كثب مع الاقتصاديين النمساويين. في كتابه (الاقتصاديون والجمهور، دراسة وآراء في المنافسة) يستكشف ملامح سيادة المستهلك، ويعرفها على النحو التالي (Hutt, 1936: p.257):
"تتم سيادة المستهلك عندما يكون المستهلك بدوره مواطناً- لا يفوض المؤسسات السياسية لاستخدام سلطتها، في الوقت الذي يمكن له أن يمارس هو سلطته اجتماعياً من خلال تأثيره في الطلب (أو الامتناع عن الطلب)"

وهذا يعني أن للأفراد (المستهلكين) خيارين لممارسة تأثيرهم في المجتمع. أولاً، يمكنهم تفويض سلطتهم ونقل السلطة إلى المؤسسات السياسية، وبذلك تتفق مع الحجج الليبرالية الكلاسيكية التقليدية لكل من (هوبز ولوك). ثانياً، فإنهم قد يمارسون سلطتهم مباشرة كمستهلكين من خلال قرارات شرائهم للسلع والخدمات. يذكر هوت في نطاق إيضاح الطريقة التي يحدد بها المستهلكون الإنتاج، بأن هناك موازاة مباشرة بين الخيارات في السوق وفي صناديق الاقتراع. هذا "التناظر في التصويت" يتناغم بشكل قوي مع الرغبة في الادعاء بأن الشكل الطبيعي لاقتصاد السوق هو الحرية (الديمقراطية) ويساند ذلك مثالية الديمقراطية الليبرالية. ومع أن التشبيه بعيد كل البعد عن الواقع الواضح المناسب. فعلى سبيل المثال، لا يمكن مشابهة رغبات المستهلك السوقية برغباته السياسية، فرغبات الفرد السياسية في الديمقراطية ترجح على قدم المساواة لأن

كل شخص يحصل على صوت واحد. أما في السوق فإن الأغنياء يحصلون على الملايين، أو حتى المليارات، من الأصوات (الطلبات) مقارنة بأشد الناس فقرا. كما أن المستهلكين لا يحتاجون إلى الأغلبية لتتفق مع تفضيلاتهم للحصول على ما يريدون. يدرك هوت أن هناك مشاكل واقعية في ادعائه بتشابه التصويت والتفضيل للفرد كما هو في الواقع. وبالتالي، فهو يجادل لصالح تغيير الواقع لمطابقة نموذج، وهذا يعني الحاجة إلى خلق وتكافؤ الفرص في السوق بحيث يمكن للمستهلكين من الحصول على تصويت متساو. لذا نجده يدعو إلى التعليم العام، وفرض ضرائب الدخل التصاعدية و فرض ضرائب عالية على الميراث، كل الشروط المسبقة هو ما يلزم لسيادة المستهلك والعمل كما يرغب به المستهلك. لذا فهو يدعو حكومة الدولة لممارسة دورها الضامن لتوفير العدالة والتكافؤ للمواطنين كي يمارسوا دورهم الفعال كمستهلكين.

لا تمثل سيادة المستهلك بالنسبة إلى هوت نهاية المطاف. فالحاجة الحاسمة لسيادة المستهلك هو أن الناس سوف تقدر العيش في المجتمع الذي يوفر لهم أقصى قدر ممكن من التعبير عن الحرية والمجتمع القادر الوحيد على تحقيق ذلك هو اقتصاد التبادل الرأسمالي. وبالتالي تعتبر سيادة المستهلك أداة لتحقيق الاستقرار الاجتماعي. وهكذا، يدعي (Persky 1993 p.188) الآتي:

"السبب وراء الحرية والتسامح، وبالتالي سيادة المستهلك تكمن في الدور المفيد الذي تقوم به للسماح للناس بالعيش معا بشكل بناء. هذا السلام الاجتماعي المثمر الذي قدم هوت له، يسعى لتحقيق الصالح العام في نهاية المطاف".

يعني تقسيم العمل في الاقتصاد الصناعي المتخصص أن الإنتاج والاستهلاك منفصلان عن بعضهما في الحياة اليومية. وأن غالبية الناس القادرة على ممارسة دورها الفاعل كمستهلكين، سيسهمون في إزالة أي شك حول النظام، وبدورهم سيقمعون أي أسئلة فيما يخص العلاقات الاجتماعية أو الطبقية، أو سلوك النظام، ويمهدون بنجاح لخلق الاستقرار الاجتماعي. ببساطة، الناس هم المستهلكون الذين يقبلون الانضمام إلى مؤسسات السوق للحصول على ما يريدون. وبالمثل، يقبل المنتجون إلى الامتثال لرغبات المستهلك في هذا العالم التفاولي غير الحقيقي. 4

تعامل هوت عند تحليله لسلوك المستهلك بمعزل عما إذا كان سلوكهم يصب في مصلحتهم أم لا. حيث أشار (Persky 1993 p.190) إلى أن: "هوت بمعرض الدفاع عن سيادة المستهلك، كان يعتقد بوجود تام لمجتمع متسامح، لا يتطلب أي افتراضات بشأن المعرفة الذاتية و عقلانية المستهلكين". يلاحظ وجود شكوك خطيرة لدى هوت حول قدرة المستهلكين على معرفة مصالحهم الأفضل. وكغيره من الاقتصاديين الآخرين في وقته، كان مقتنعا أن الأنواق والرغبات تتكون لدى الأفراد وتفرض عليهم، من خلال العادات التي اعتادوا عليها (Hutt, 1936 p.283). وحيث أنه لا يمكن لأحد الإدعاء- بشكل مشروع - معرفة تفضيلات الأفراد، كذلك لا يمكن لأحد أن يدعي أن تحسين الكفاءة يوفر مبررا منطقيا للتدابير التدخلية. تعامل هوت صراحة مع الاسئلة التي تتناول تكوين وتطور التفضيلات واهتم في استكشاف القيود المفروضة على مفهوم سيادة المستهلك والعقبات التي تحول دون تحقيقه. أثبت النهج المستخدم في تناول سيادة المستهلك صحة المفهوم، إلا أنه في الوقت نفسه ينطوي على كونه أمر مرغوب فيه سياسيا ويتطلب إجراء تقصي تجريبي للمساعدة على تفعيله بشكل تام.

أثارت حجة هوت في توسيع التدخل الحكومي من أجل ضمان المشاركة العادلة للأفراد في النشاط الاقتصادي العديد من الشكوك في المعسكر الليبرالي. على سبيل المثال، ذكر جاكوب فينر على أنه يخشى من أن كتاب هوت، سيوفر لأعداء سيادة المستهلك الكثير من العتاد (Persky 1993 p.186). هذا النقد يشير إلى الرغبة في صياغة أكثر دوغماتية لمفهوم سيادة المستهلك، وهو ما قام به لاحقا خبراء الاقتصاد النمساويون.

جدلية مثالية السوق

استنادا إلى كتاب لودفيغ فون ميسس "العمل الإنساني"، يقترح الخبير الاقتصادي النمساوي Gunning (2009 صفحة 3) التعريف التالي لسيادة المستهلك:

"في ظل ظروف اقتصاد السوق التام، يتحدد دور منظم الأعمال دائما في مصلحة الأفراد المستهلكين". يشير هذا التعريف إلى اقتصاد السوق التام كمجموعة مثالية غير مقيدة من علاقات التبادل بين المستهلكين و "رجال الأعمال"، بدلا من أن يشير مباشرة إلى القوى المؤثرة في السوق، حيث يوفر مفهوم سيادة المستهلك الدعامة الرئيسية التي يقوم عليها الجانب النظري في الاقتصاد النمساوي.

(4) مشكلة القوة كما هو موضح في هذا السياق هو أنه من المتوقع أن يكون للمستهلكين سلطة على المنتجين. وفي الوقت نفسه، يجادل الاقتصاديون بأن التبادل يقوم به الأفراد بإرادتهم الحرة وينطوي على تصور لحرية التصرف. المشترون والبائعون هم وكلاء أحرار يدخلون في العقد بدون إكراه. وإذا كان الأمر كذلك، فإن المنتجين سيقبلون دون إجبار على تلبية طلبات المستهلكين. لذلك فإن هناك تناقض منطقي هنا.

وظف الادعاء بوجود السوق الحر التام في الواقع، ذريعة لأجل إثبات وجود دور موضوعي للقيمة الحرة في التحليل الاقتصادي. حيث حشرت الحقائق المتعلقة بحرية السوق وخلوه من أي قوى مؤثرة كي تؤدي الى سلامة وأهمية التحليل الاقتصادي. الأمر الذي جعل غونينغ (2009 p.1) يؤمن بإمكانية الاقتصاديين من أن يجعلوا: "من التحليل الخالي من القيمة (وبعبارة أخرى الأسواق الحرة) حجة مؤيدة او داحضة للتدخل الحكومي بحسب ما يرتنون"، وبعبارة أخرى الحفاظ على حرية السوق.

يستخدم الاقتصاديون النمساويون ماسبق كوسيلة إلزامية لتحديد هوية الاقتصادي الموافق لشريعتهم. فالقبول العام والإعتراف بمعايير التحليل الخالي من القيمة (الوضعي) في الاقتصاد شرط أساسي للاقتصادي، أما الاقتصادي الذي يرفض ذلك فلا يعده اقتصاديا أصلا، وذلك بحسب غونينغ. وعلاوة على ذلك فإنه يستند الى ادعاء ميسيس أن عدم القبول بالفكرة السابقة سيكون منافيا للعلم (Gunning, 2009 p.3). في هذا السياق يدعو الاقتصاديون النمساويون الى العلم كنطاق للقيمة الحرة عند التحليل، ويشمل ذلك علم الاقتصاد. هذا الاعتقاد الساذج يفترض أن العالم هو مجموعة من الحقائق التي لا تتطلب التفسير أو التصور ولكن يمكن فقط أن تلاحظ وتراقب من خلال المشاهدة العلمية (for more on the fallacy of such a position see Sayer, 1992).

لذا لا تشكل قوة السوق تهديدا لسيادة المستهلك في الاقتصاد النمساوي. فبدلا من وصف سلوك الشركات، وبدلا من تحليل دور الشركات، يحل ميسيس سلوك الأفراد في ثلاثة أدوار متميزة: كمستهلكين، وأصحاب عمل (المستأجرين)، ورجال الأعمال. وبالتالي فإن الاحتكار ينجم عن حقيقة أن الناس في دورهم كماليكي للإنتاج قادرون على فرض السعر الاحتكاري. لذا يعد رجال الأعمال

جهات فاعلة منفصلة لا ترتبط أرباحها بالقوى المتفاعلة في السوق. بل ينجم الربح من قدرة منظم المشروع على فهم رغبات المستهلكين والوفاء بها عن طريق عرض منتجاتهم. وبالتالي، لا يوجد تضارب في المصالح بين المشتري والبائع (Mises, 1949). "فالأفراد الذين يؤدون دور منظم الأعمال يتصرفون دوما في ضوء مصالح الأفراد الذين يؤدون دور المستهلك". (Gunning, 2009 p.14f)

لا يعد الاقتصاديون النمساويون قوة السوق سببا للتدخلات الاحترازية لتوظيف سيادة المستهلك. فمبدأ سيادة المستهلك لا يسمح بأي شكل من الأشكال لأي تدخل في اقتصاد سوق تام. حيث يمكن تلافي جميع التحديات المرتبطة بالإنتاج وتخصيص الموارد من خلال آلية السوق. والسؤال الوحيد المتبقي هو ما إذا كان ضروريا من استيفاء كل الشروط المسبقة للأسواق، للتمكن من وجود اقتصاد سوق حقيقي؟⁵ لذا فإن الغرض المشروع الوحيد المتبقي لعمل الدولة وممارسة سلطتها السياسية هو المحافظة على إقامة اقتصاد السوق التام. عندها تصبح الأسواق غايات في حد ذاتها.

تنطوي سيادة المستهلك في الاقتصاد النمساوي مسبقا على مبدأ توزيع متساو للفرص، الأمر الذي يجعل إجراء مقارنة لاحقة بين الأفراد غير ضرورية ومضللة، (أي أن ما يبداه الناس ببساطة لا يمت بصلة الى ما ينتهون إليه). فمن المفترض مكافئة الأفراد وفقا لإنتاجيتهم الحدية، أو بموجب عوائد عناصر الإنتاج التي يمتلكونها. ولما كانت هذه المكافآت تحدد القدرة على الدفع مقابل السلع والخدمات، فلا داعي لمناقشة توزيع الدخل. عندها تكون الفرضية القائلة بأن التوزيع المحدد للموارد يمكن تفسيرها حصريا في ضوء اهتمامات المستهلك، القابلة للاختبار التجريبي. ويعد هذا الأمر مستحيلا في واقع الحال، لأسباب مختلفة، قد تعد عدم المعرفة المسبقة لتفضيلات المستهلك واحدا من أقل الأسباب أهمية.

تصبح سيادة المستهلك فيما بعد عقيدة تتطلب أن يتصرف الناس في أساليب محددة بموجبها. وأي سلوك لا تتوافق نتائجه مع مصالح المستهلك وسيادته ينبغي استبعاده كونه خارج نطاق علم الاقتصاد. لذا كرس ميسيس تحليله للسلوك الإنساني على وفق هذا المبدأ. ففي منهجه التحليلي يستبعد أي سلوك يتعارض مع مبدأ السيادة. على سبيل المثال، يميز بين المجتمع الذي يسوده التقشف والمجتمع الذي لا يسوده ذلك، حيث نجده لا يعد المجتمع الأول جزءا من السوق الاقتصادية (Gunning, 2009 p.12).

لقد تم استبدال مسعى الجدلية الليبرالية الكلاسيكية لتبيان الظروف التي تسمح للمستهلكين لممارسة دورهم الفاعل في الاقتصاد من قبل الاقتصاد النمساوي من خلال حتمية كون "المستهلكين هم وحدهم الذين يستطيعون التأثير بشكل مشروع في الاقتصاد". حيث يعد مفهوم سيادة المستهلك جوهر العقيدة الاقتصادية لفهم الاقتصاد النمساوي، وهو شرط مسبق ضروري لإدراك مفاهيم وبديهيات هذه المدرسة.

جدلية أداة الكفاءة

يتمثل الاهتمام الرئيس للاقتصاد الكلاسيكي الجديد في تخصيص (الموارد)، ويهدف من ذلك إلى اشتقاق حجة منطقية لوجود اقتصاد سوق تبادلية تعمل على أتم وجه، من خلال تقييمه لتخصيص الموارد وبالتالي

(5) يحدد غونينغ (2009 p.13) شروط هذا الوجود على النحو التالي: تقسيم العمل، نظام تام للملكية الخاصة، حرية تامة المؤسسة، حيادية النقود، وغياب الغش والخداع، وغياب الإكراه (باستثناء ذلك التي تستخدمها الحكومة لحماية حقوق الملكية الخاصة والقوانين ضد التزوير).

نجاح كفاءة الاقتصاد، الأمر الذي يتطلب وجود معيار للتقييم. وظف الاقتصاديون الكلاسيكيون الجدد معياراً لمفهوم للكفاءة من خلال أمثلة باريتو. أي أن الموارد تخصص بكفاءة عندما لا يكون هناك أي قدرة على جعل شخص واحد على الأقل أفضل أو أسوأ حالاً عند إعادة التخصيص.

صمم هذا المعيار أصلاً في ضوء تفضيلات المستهلك التي تعتمد على الافتراضات السلوكية، حيث أنه يتعذر وجود خارطة تريبية شاملة لتفضيلات المستهلك. وهذه الافتراضات هي التي تحقق التوازن العام في

السوق ومن ثم تبرهن على سيادة المستهلك. (Thomasberger, 2002)

يُخضع التحليل الكلاسيكي الجديد الظروف التي تنصرف فيها جميع القوى الاقتصادية وفقاً لنظرية الاختيار العقلاني، ومنها تصور الإنسان على أنه اقتصادي بطبيعته. على هذا الأساس يصف Torre (1998 pp.4-23)، تصور سيادة المستهلك من قبل الكلاسيكية الجديدة من خلال أربع سمات: (1) السعي لتحقيق المنفعة الذاتية؛ (2) الفردية؛ (3) تحدد رغبات المستهلكين الكميات المنتجة وجودتها؛ (4) للمستهلكين تأثير كبير على تحديد أسعار السوق. هذه هي السمات الأساسية لنظرية الاختيار العقلاني أو المستمدة منه. في هذا السياق المتمزمت، جادل بيكر على كون نظرية الاختيار العقلاني هي الطريقة الوحيدة المقبولة لوصف السلوك البشري وفهمه (Becker, 1976).

يعمل الفرع الجديد من الاقتصاد النيو كلاسيكي (اقتصاد الرفاهية) على تحديد كفاءة التخصيص، وهو الفرع الوحيد من التيار الرئيسي لفروع الاقتصاد الذي يعترف صراحة بمشروعية الحاجة إلى أحكام القيمة، وبالتالي فصل عن كونه "اقتصاداً معيارياً" بدلاً من بقية فروع الاقتصاد التي ينبغي أن تكون "إيجابية" وبالتالي خلوها من تحليل القيمة. أما على المستوى الاجتماعي فلا بد من وجود دالة الرعاية الاجتماعية لمقارنة التخصيصات. تنص النظرية المبدئية لاقتصاد الرفاهية على أنه بصرف النظر عن التوزيع الأولي للثروات، فإن التبادل التجاري في السوق سيؤدي إلى تخصيص الموارد بكفاءة، حيث تقلل قوة السوق من كفاءة سيادة المستهلك وتشكل تهديداً له، وبالتالي فإن قوة السوق تشكل الأساس المنطقي لتدخل الدولة للحفاظ على تنافسية الأسواق. وهذا يسلط الضوء على أن مفهوم سيادة المستهلك في الكلاسيكية الجديدة يعد ضرورة أخلاقية: "يجب أن يكون المستهلكون قادرين على فرض إرادتهم على المنتجين" 6. لذا فإن سيادة المستهلك هي الوسيلة التي تتحقق بها الكفاءة. تمثل العقبة الرئيسية بالنسبة للاقتصاديين الكلاسيكيين الجدد، التي قد تمنع المستهلك من ممارسة سيادته السلطة هي القوة التعويضية التي تفرضها الشركات غير التنافسية (أي الاحتكار واحتكار القلة). وبالتالي هم يفضلون حكومة قوية للتدخل نيابة عن المستهلك لحماية سيادته.

التوليفة النيوليبرالية:

غالباً ما يبدو مصطلح النيوليبرالية كمصطلح غامض وغير دقيق ومتنازع فيه. ومع ذلك، فهي حالياً قوة سياسية حقيقية مجتمعية ازداد رصيدها وتأثيرها التاريخي في المجتمع والاقتصاد السياسي العالمي، دُعمت وبلورت مفاهيمها من قبل العديد من الاقتصاديين، كما في المؤلف الذي حرر من Mirowski and Plehwe (2009). حيث هيمنت النيوليبرالية منذ الأزمة المالية و تم توثيقها من قبل ميروسكي (2013)، وهذا ما يفسر التحالف الواسع بين مفكري الليبرالية والمدرسة النمساوية الاقتصادية والفكر الاقتصادي الكلاسيكي الجديد في دعم الاقتصاد السياسي النيوليبرالي الذي يمكن بدوره المصارف والتمويل والشركات لفرض نفوذهم على الصعيدين الوطني والمتعدد الجنسيات. هذا التحالف ما بين الاقتصاديين موجود على الرغم من التناقضات الداخلية وعدم الاتساق فيما بينهم. فغالباً ما يهمل الترابط بين الاقتصاد الكلاسيكي الجديد والنيوليبرالي، بسبب الخلافات الواضحة حول دور الحكومة. ومع ذلك، فإن هذه العلاقة أصبحت في الواقع أقوى منذ الأزمة المالية الأخيرة. في كتابه المطول، ميروسكي (2013) يطرح حجة واسعة وموثقة لإثبات ملاحظاته حول: "لم يكن الاقتصاد النيوكلاسيكي ليبرالياً حديثاً في جوهره على مدى تاريخه الذي يعود إلى القرن ونصف القرن بأكمله؛ ولكن يبدو بالتأكيد بأنهم باتوا يعملون جنباً إلى جنب الآن"

(Mirowski, 2013 p.13).

يمكن أن تعزى النيوليبرالية، في شكلها الحالي، إلى كونها حركة اجتماعية نخوية في أربعينيات القرن المنصرم وأسست لجمعية مونت بيليرين. وعلى الرغم من أنه تم تفادي العديد من التعريفات الواضحة للمواقف المشتركة، إلا أنه كانت هناك محاولة في عام 1947 لإعلان مشروع بيان موحد. نصت النقطة الثانية من الوظائف العشرة التي تضمنتها مسودة الإعلان على النحو الآتي:

(6) توفر اقتصاديات الرفاهية الجديدة حجة غامضة لتدخل الدولة على الرغم من تحسينات باريتو المحتملة على أساس المقارنات بين الأشخاص. وعلى الرغم من عدم قدرتها على بناء وظيفة الرفاهية، فإنها تشرع نظرياً على التدخلات التي تعيد توزيع الدخل لتحسين الرفاهية. هذا يؤهل مبدأ سيادة المستهلك ليؤدي دوراً أفضل في توفير الرفاهية.

"حرية المستهلك في اختيار ما يشتريه، وحرية المنتج في اختيار ما يقوم به، وحرية العامل في اختيار مهنته ومكان عمله، حيث يعد ذلك أمر أساسي ليس فقط من أجل الحرية نفسها، بل من أجل تحقيق الكفاءة في الإنتاج. فإذا أردنا تحقيق أقصى قدر من الإنتاج يحظى برضا الأفراد، فلا بد من حتمية النظام الحر. ولا يؤدي الخروج من هذه الحريات الفردية إلى إنتاج سلع وخدمات أقل فحسب، بل إلى إنتاج السلع والخدمات الخاطئة. لا يمكننا إثراء أنفسنا بمجرد الموافقة على العبودية." (Plehwe, 2009:p.23).

عملت جمعية مونت بيليرين على توحيد المفكرين النيوليبراليين الرئيسيين ومنظريهم كما يوضح بلهوي (2009)، فقد كان من بين رؤسائها الاقتصاديين النمساويين، بمن فيهم فون هايك الذي ساعد على إنتاج مشروع البيان أعلاه، ومجموعة من الاقتصاديين الكلاسيكيين الجدد، بما في ذلك كل من ستيفنر وبير. هؤلاء الثلاثة هم اقتصاديون رفيعوا المستوى يمثلون مجموعة أساسية تتسم مثلها العليا في دعم الاقتصاد السياسي للسوق الرأسمالية والمفهوم المحدد لحرية الفرد. وقد حصل الثلاثة على جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية.

المستهلكون ليسوا سائدين:

سبق وأن انتقد مفهوم سيادة المستهلك لأسباب مختلفة. سيتم التركيز في هذا القسم على ثلاثة اعتراضات. أولاً، اعتماد سيادة المستهلك على تصور محدد لعقلانية الفرد وما يتعلق به في معنى حرية الاختيار، حيث تفتح هذه النظرية الانتقاد عليها من كونها غير واقعية وغير كافية ولا تقدم تفسيراً مناسباً لا للسلوك البشري ولا لحرية الاختيار. ثانياً، يجعل دور المستهلك في تحديد تخصيص الموارد محدوداً للغاية في هيكل الدولة الصناعية الحديثة. ثالثاً، تكمن السلطة الحقيقية في المجتمع الغني للمنتج الذي يمارسه على المستهلك وعلى عكس ما يشاع.

أ. خيار الفرد وتفضيلاته:

يصف النهج الاقتصادي السائد المستهلك بكونه رشيداً وله خيارات محددة، تمكنه من الاختيار ما بين مجموعتين من السلع، يمتلك عنها معلومات كاملة سلفاً تخص مكوناتها وبالتالي يتمكن من الاختيار فيما بينهما. وتعني الرشادة في هذا النموذج قدرة المستهلك على اختيار وتفضيل شيء أكبر منفعة من تفضيله لشيء أقل آخر. هذا النهج هو نتيجة مسلم بها يفترض أن الأفراد يسعون لرعاية مصالحهم الخاصة، من خلال تعظيم تفضيلاتهم الخاصة بهم على أساس المنفعة.

يمثل السلوك وفقاً لعقلانية الاختيار شرطاً مسبقاً وحتمياً لسيادة المستهلك لأنه يضمن الانسجام الدقيق بين الخيارات الاستهلاكية ألمعبر عنها في السوق والتفضيلات الفردية. وبدون هذا الانسجام فإن الأسعار في السوق ستقود إلى معلومات مضللة، وبالتالي تفشل في تصوير الرغبات "الحقيقية" للأفراد، وهذا من شأنه الفشل في إيضاح كيفية تخصيص الموارد النادرة، ومن ثم فشل الأسعار في كونها مقياساً للندرة النسبية. أضف إلى ذلك وجود افتراض مسبق هيكل يفضي بأن تفضيلات المستهلك دائماً صحيحة، الأمر الذي تم توظيفه كأولوية لقيادة النظام الاقتصادي بأكمله. فقد جاءت التفضيلات لتشكل مفهوماً ميتافيزيقياً أساسياً في التيار الرئيسي للاقتصاد، وهو أمر لا يمكن تفسيره ولا المجادلة فيه. وحيث أنه من الممكن ملاحظة الخيارات في السوق، أما التفضيلات فلا يمكن الاستدلال عليها.

تثير الصلة المباشرة بين تفضيلات الأفراد واختياراتهم في الأسواق الكثير من التساؤلات ولأسباب شتى. ومنها المشاكل المتعلقة بتكوين التفضيلات نفسها ودور المعرفة فيها (Spash, 2002)، التفضيلات الموسوعة (lexicographic preferences) وما ينجم عنها من رفض إتمام التبادل (Spash, 1998, 2000; Aldred, 2006; Chang, 1997; O'Neill, 1997)، والاختلاف في اختيار شيء ما بدلاً من تفضيله (Holland, 2002; Spash, 2008). وهناك قائمة من الاسئلة التي تواجه المنطق الاقتصادي مثل: هل تشكلت تفضيلات الناس بشكل جيد؟ هل تمثل هذه التفضيلات مصلحة الفرد العليا؟ وهل يختار الأفراد حقاً وفقاً لتفضيلاتهم؟

حالما يتم إسقاط فكرة المعلومات المثالية للمستهلك، يصبح توفير المعلومات شرطاً مسبقاً حاسماً لسيادة المستهلك و بمثابة نقل محايد للمعرفة الواقعية، مما يسمح بصيانة النموذج الذي تكون فيه التفضيلات معلومة مسبقاً من قبل أن تتشكل في ضوء المعلومات الجديدة. إلا أنه في الواقع، فإن حزمة المعلومات الجديدة سوف تبلغ البعض وتكون مؤثرة في تشكيل تفضيلات الآخرين (Spash, 2002). ومع ذلك يبقى هذا الاعتقاد منتشرًا في كون أن المعلومات الواقعية المحايدة تمكن الأسواق من العمل وفقاً لهذا النموذج. 7

تسود في الاقتصاد الجزئي فكرة أن هناك حالة من "نقص في المعلومات" مما يجعله مبرراً رئيسياً لسياسة التدخل. على سبيل المثال، يستخدم مفهوم المعلومات غير المتماثلة لوصف سلوك طرف معين في الصفقة (المشتري أو البائع) من حيث تمتعه بميزة توفر المعلومات على الطرف الآخر، والتي يتم بموجبها إنهاء الصفقة ولولا هذه المعلومات لما تمت الصفقة، حيث يناقش معظم الاقتصاديين مشاكل المجازفة

(7) يحاول الاقتصاديون النمساويون تجنب هذه المعضلة عن طريق مطالبة المنظم لتلبية رغبات المستهلكين ومن ثم الحصول على الربح، ومع ذلك، فإن أي تدفق للمعلومات من المنتج إلى المستهلك سوف يؤثر على تفضيلات المستهلكين. الطريقة الوحيدة التي لا يمكن أن تحافظ على هذا الخيال هو أن تكون جميع المعلومات محايدة وموضوعية.

الإفتراسية والاختيار العكسي. وتخفي المعلومات هنا عوامل أخرى حاول الاقتصاديون الرئيسيون تجنبها في موضوعهم، مثل الأخلاقيات والقوى المؤثرة الأخرى. ولا يزال الاعتقاد السائد في كون المستهلكين يتمتعون بالسيادة في السوق وأن الحكومة قادرة على تصحيح الاختلال في السوق شريطة ترك المستهلكين تحت السيطرة. يدعم الاقتصاديون فكرة أن المستهلكين قادرين على صنع خياراتهم ثم السماح للحكومة بتدقيق إجراءاتها على الوقائع لتحقيق الخيارات الأمثل للمستهلك. ولكن واقع الحال إلى حد ما مختلف. وكما يقول

Rothenberg (1968)

“ لم تنشأ معظم حالات التدخل من جراء التحليلات النظرية لعقلانية المستهلك وتصرفاته المثلى، إنما جاءت بناء على فضائح محلية صادمة ومحنة تتعلق في أنواع محددة من الغذاء، المخدرات، والأضرار الناجمة من الغش الجماعي وعدم الانتظام في الأسواق المالية، الخ. وهكذا أزيحت الحرية الاقتصادية جانباً لا على أسس نظرية بل على شواهد ناجمة من الخلل الحاد في الأسواق.”

لذا لا يمكن القبول بامتلاك المستهلك لمعلومات كاملة، الأمر الذي يشكل تقويضاً لأسس الاعتقاد المتمثل في سيادة المستهلك. لذا بات التدخل الحكومي ضرورياً لضبط معايير جودة السلع والخدمات المتداولة، لا لكون المستهلكون غير قادرين على التمييز فيما بينها، وإنما لكونهم لا يمتلكون الخبرة اللازمة للحكم في ذلك وإستيعاب ما هو أفضل. فالقرارات هنا تمثل حكماً بما هو سام، مضر، ملوث، إنتاج استغلالي، وإلحاق الضرر اجتماعياً وبينياً وهو ما يفوق قدرة المستهلك. مما سبق فإنه يمكن الحكم بأن الأسواق مؤسسات غير قادرة على حل المشاكل المذكورة، وبالتالي تعد اهتمامات الفرد وتفضيلاته مضللة تماماً.

فضلاً عن ذلك، فإن عموم فرضية الأسعار تعد مشوهة بسبب "العوامل الخارجية" أي أنها ستضلل المستهلكين في سلوك الاختيار الأمثل. فتأثير الأسعار يكون غائباً عند حدوث نشاط غير مرغوب فيه (على سبيل المثال التلوث) ولا يفي بالمطلوب (مثل المحافظة على الطبيعة). فالعوامل الخارجية التي تؤثر على آلية الأسعار لاتأخذ عند اعتبارات معظم الاقتصاديين بالحساب. 8 ثم يتم استخدام نظرية كويس لتبرير حقوق الملكية الخاصة وسيادة المستهلك ودورها في التخصيص. 9 فعلى سبيل المثال، ينبغي خصخصة الملكية العامة جنباً إلى جنب مع البرية والغلاف الجوي والمياه حتى يتم تخصيصها على النحو الأمثل للمستهلكين وفقاً لتفضيلاتهم. قد لا يكون للمستهلكين أي تفضيلات فيما يخص الجوانب الأساسية لوظيفة النظام الإيكولوجي وهيكله (حتى بعد إطلاعهم عليه) وهذا يعني فقط أنه لا قيمة له ويمكن الاستغناء عنه. فتقييم الطبيعة لا يتم في حد ذاته، ولكن يقيم من الناحية الفنية فيما بعد فقط من خلال تفضيلات الأفراد، فليس هناك مجال للحكم أو انعكاس لتفكير معين، فالاختيار يتم فقط على أساس التفضيل (أو عدمه) وليس لأي سبب آخر (Spash, 2008). لا تولي النيوليبرالية اهتماماً معيناً فيما يخص إتخاذ القرار بالمحافظة على وظيفة النظام الإيكولوجية وهياكلها، وقف فقدان الأنواع المهددة بالانقراض، أو إتخاذ إجراءات للسيطرة على تغير المناخ الناجمة عن الإنسان، فبالنسبة للتيار الاقتصادي السائد (النيوليبرالية)، هذه القرارات على الرغم من خطورتها تكون مماثلة لقرار اختيار نكهة الآيس كريم.

(ii) الهيكل الاقتصادي

أوضحت الفقرات السابقة كيف حاولت المدارس الاقتصادية السائدة الحديثة أن تفصل الاقتصاد عن السياسة. وبالتالي تحول الانتباه بعيداً عن تأثيرات مختلف المجموعات ذات المصالح المكتسبة في المجتمع، والذين لا يابهون لاهتمامات المستهلك. وقد بين غالبريث بوضوح التهديد للديمقراطية الأمريكية الذي سينجم مع فعل مديري الشركات المهنية، حيث أطلق عليهم تسمية الكيان التقني techno structure (Galbraith, 2007 [1967]). هذا الكيان التقني قادر على استحواذ عناصر الحكومة التي تهدف إلى تنظيم أنشطة الكيان أو تنظيم أنشطة المنظمات التي إلى جانبه. وهذا يولد كتلة قوى تخدم مصلحة الشركات. يثير هيكل القوة للاقتصادات الحديثة التساؤل حول فكرة توزيع الموارد وكيونتها على أساس تفضيلات المستهلكين كمثال سريع على ذلك، لو أخذنا بنظر الاعتبار الإنفاق العسكري في الولايات المتحدة الأمريكية.

Kapp (1978a) (8) يصف الإجراءات وراء خلق الأضرار الاجتماعية والبيئية على أنها (تحويلاً للتكاليف) بدلاً من كونها عوامل خارجة عن السوق أو القوى الفاعلة فيه. وعلى هذا النحو فهم يتعمدون هذه الأفعال لتجنب التكاليف. وهم جزء لا يتجزأ من نظام السوق بمنافعه وأدوات تعظيم ربحه، فهم يدعون وجود (العوامل الخارجية) لأغراض تعود عليهم هم بالنفع. هم ليسوا خارجين بالنسبة للسوق أو للمسائل المتعلقة بالأسعار المضللة، فهم عناصر مؤثرة فيه.

(9) نظرية رونالد كوس عالم الاقتصاد الأميركي الذي نال جائزة نوبل للاقتصاد في العام 1991، وتنص هذه النظرية على أن حقوق الملكية قد تعوض عن التكاليف الناجمة عن العوامل الخارجية في السوق، أي أنه ليس من الضروري الاتكال على الدولة لتقويم هذه العوامل، وهو من مؤسسي مدرسة الاقتصاد المؤسسي.

<https://ar.wikipedia.org/wiki> (المترجم)

فصناعة الأسلحة نشأت في وقت السلم الدائم بعد الحرب العالمية الثانية للمرة الأولى وسرعان ما هيمنت على الاقتصاد الأمريكي. يذكر الرئيس آيزنهاور 1960 في خطابه الأخير للأمة الآتي:

" يجب ان نحرص في المجلس الحكومي، على منع تهديد النفوذ اللامبرر له لمجمعات الصناعات العسكرية سواء كانت مطلوبة أو غير متوقعة، فهناك تنامي كارثي لسلطاتها في غير محله وسوف يستمر ".

يشير مصطلح "مجمع الصناعات العسكرية " إلى كتلة القوة الرئيسية المتصلة بمصالح الشركات (مثل صناعة الطائرات والأسلحة). هذا التهديد المحتمل للديمقراطية ليس له علاقة بسيادة المستهلك، ولكنه مسؤول عن الابتكار المستمر وإختراع المنتجات مثل الأقمار الصناعية والطائرات النفاثة والإنترنت والطاقة النووية. وينتج عن ذلك منتجات وخدمات عرضية تقدم إلى المجتمع المدني؛ منتجات حظيت بدعم كبير من الحكومة في تطويرها وتعزيزها. فقد شكل الإنفاق العسكري الأساسي في الولايات المتحدة الأمريكية ربع إلى ثلث مجمل الإيرادات الضريبية¹⁰، وفقا لحساب ميزانية السنة المالية لعام 2013 والتي تمثل خمس الإنفاق على الميزانية الاتحادية. لذلك فإن جانباً رئيسياً من الإنتاج والاستهلاك في الاقتصاد السياسي، تم تجاهله في النظرية الاقتصادية السائدة وتحليلاتها.

ومن المثير للاهتمام أن آيزنهاور أشار في الخطاب نفسه إلى الأخطار الناشئة عن العلم والتكنولوجيا. وأشار إلى أن السياسة العامة يمكن أن تصبح في حد ذاتها أسيرة للنخب العلمية -التكنولوجية. ما نلاحظه اليوم ليس فقط الهيمنة على السياسة العامة ولكن أيضاً الهيمنة على المستهلك من خلال أحدث الأدوات والآلات الرقمية وأجهزة الاتصالات وتكنولوجيا الكمبيوتر وأنظمة الترفيه المنزلي والسيارات وأنظمة التدفئة والتبريد والسينما ثلاثية الأبعاد وأجهزة التكيف الكهربائية المحلية، المخدرات، مواد التجميل الكيميائية وهلم جرا. إختراع الأشياء الجديدة للقيام بالوظائف القديمة لا يؤدي إلى تحسين الحياة بالضرورة ولكن من المؤكد أنها تغيره. وبالتالي، تتم إزالة المنتجات القديمة بغض النظر عن تفضيلات المستهلك وستصبح قريباً غير معتمدة وغير متوفرة. هذا ما نراه واضحاً في العالم الحديث كما في "تكنولوجيا المعلومات"، حيث يتم تحديث كل من الأجهزة (أجهزة الكمبيوتر والهواتف والطابعات والمساحات الضوئية وأجهزة الترفيه) والبرمجيات (برامج الكمبيوتر) بانتظام.

يتداخل الهيكل الاقتصادي بشكل وثيق مع الحاجة إلى تراكم رأس المال والنمو الاقتصادي. إن الترويج للاستهلاك الجماهيري ليس أمراً يمكن أن يترك للأفراد لرفضه. يجب أن يستهلكوا ويستهلكوا أكثر في كل وقت، لأن هذا أمر حتمي لإنتاجية المواد والطاقة في الاقتصاد. ومرة أخرى يمكننا أن نشير إلى خطاب آيزنهاور حيث يقول: "يجب أن نتجنب دافع العيش لهذا اليوم فقط، نهب موارد الغد الثمينة، لراحتنا وملاءمتها". أن الإنسانية تفعل في الواقع العكس تماماً، ووفقاً للاقتصاديين النيوليبراليين، هذا هو ببساطة النتيجة الصحيحة لتفضيلات المستهلكين التي يتم التعبير عنها في المجتمع الحر.

(iii) القوى ما فوق التفضيلات:

أثارت الفقرة السابقة بالفعل بعض جوانب حاجة اقتصاد السوق الرأسمالي لتعزيز المواد والطاقة الإنتاجية. ففي الذي يتعامل الاقتصادي الكلاسيكي الجديد مع تأثيرات ما فوق الأسعار (أي قوة السوق)، نجد أنه يتجاهل تأثيرات ما فوق التفضيلات (القناعة المنتشرة).

يشير غالبريث (2001) إلى أن سيادة المستهلك هو موضوع عرضة للتلاعب¹¹ حيث يشير إلى أنه بدلاً من أن تحدد رغبة المستهلك نوع الإنتاج ومقداره، فإن تلاعب المنتجين من خلال التأثير على استجابة المستهلكين هو من يحدد الإنتاج. حيث يقول: "الفنون في المبيعات والتصميم والابتكار كلها تستخدم لجذب المستهلك والاستحواذ عليه"، (Galbraith, 2001: p.31). وبالمثل، يدلي Kapp (1978b) بممارسات مثل استخدام ترويج المبيعات والتقاعد المخطط والمنافسة العنيفة (القاتلة) في كتابه عن التكاليف الاجتماعية للمشاريع التجارية. تعد قدرة المنتجين على التأثير على المستهلكين (أي سيادة المنتج) بالنسبة لغالبريث، أمر بالغ الأهمية لفهم ديناميات الاقتصادات الصناعية. (Galbraith, 1969 [1958]). حيث تظهر الحاجة إلى إقناع المستهلكين وإدارة الطلب على مستويات مختلفة: على مستوى الشركات الفردية أو على الصناعات أو على مستوى الاقتصاد الكلي.

10) وقد تقلل هذه الأرقام من التكاليف الكاملة من خلال استبعاد فقرات مختلفة من النفقات، مثل "الأمن الوطن" وعندما تكون الحرب قائمة عادة ما يتم فصل بعض نفقات القوات الخارجية وميزانياتها (مثل إيران والعراق وأفغانستان).

11) غالبريث (2001 p.31) يعتقد فعلاً أنه بسبب هجومه على هذا المفهوم، انخفض دور سيادة المستهلك في الاقتصاد. حيث يقول: "في النهاية، ومع ذلك، فإن الظرف، الواقع، كان لها تأثير: في تقويض الاعتقاد الراسخ. ويمكن القول إن سيادة المستهلك قد وضعت جانباً باعتبارها عامل مهيم في النظام الاقتصادي. من قراءتي للمصادر، بما في ذلك الكتب المنهجية، فإنه لم يعد يتمتع بدوره القديم كمركز للحقيقة في تشكيل الاقتصاد". غلاً أنه لم يكن دقيقاً في حساباته تماماً على هذا العد وتوفي قبل حدوث الهيمنة على نطاق واسع من النيوليبرالية في الآونة الأخيرة، جنباً إلى جنب ال عودة هذه الأسطورة القوية.

يعد تنمية إدارة الطلب في الشركة في كثير من الحالات شرطا مسبقا للاستثمار والتقدم التقني. حيث يهدف إلى تجنب التكاليف الثابتة و تعريض المنظمات الصناعية القائمة للخطر، كالمخاطر المرتبطة بالاستثمارات والمتمثلة في التكنولوجيا المتطورة، والالتزامات الكبيرة لرأس المال، الأفاق بعيدة المدى في تطوير المنتجات والإنتاج، الأمر الذي ينبغي التخفيف من مخاطره (Galbraith, 1970). ولتحقيق تلك الأهداف في بعض الأحيان يتعين على الشركات أن تتعاون (تتكامل) على مستوى الصناعة الواحدة من أجل إسقاط دعم الدولة لجهودها في إنشاء وإدارة تفضيلات المستهلكين. على سبيل المثال شركات السيارات توجه العمل على تطوير الطرق السريعة التي تعد وسيلة ضرورية لتفضيل المستهلك لإقتناء السيارات الحديثة والسريعة. وقد تمكنت شركات تصنيع الطائرات في الماضي من الحصول على التمويل العام لتطوير أنواع جديدة من الطائرات تحت ستار عسكري (Galbraith, 1970). فإقناع المستهلكين لشراء المزيد من أي شيء وكل شيء، شرط مسبق و ضروري للنمو الاقتصادي "المستدام" على مستوى الاقتصاد الكلي. إن الجهد الجماعي للمنتجين والدولة يفرضان تطورات مستحدثة (سرعان ما تصبح ثقافة عامة) تديم ندرة الموارد والمنتجات السوقية - غير المعترف بها من قبل الاقتصاد السائد.

"يؤثر مفهوم سيادة المستهلك بشكل ملحوظ لمنع الاستفسار عن الانجازات (المستحدثة) للنظام. ومن المتفق عليه على أنه أي كانت آثار الإعلان فإن تأثيره النهائي هو دعاية مفرطة ومستمرة لأهمية السلعة. ولا توجد حالة مماثلة بالنيابة عن الإنجازات الفنية والتعليمية، أو غيرها من الإنجازات الإنسانية. فمفهوم سيادة المستهلك يقع أي ردة فعل مناهضة له" (Galbraith, 1970 p.476).

اعتبر غالبريث الترابط بين رغبات المستهلك والإنتاج مشكلة تواجه المجتمع المترفع. إذ يتفاقم ذلك مع تسارع النمو الاقتصادي. فتنامي الرفاهية يؤدي إلى تعاضد الاستهلاك وبالتالي زيادة التلاعب في الطلب (على سبيل المثال، الأزياء، والمنتجات إحادية الاستخدام).

" حيث أن الرغبات يمكن توليفها عن طريق الإعلان، وتحفز من قبل البائعين، وتشكل من قبل التلاعب الخفي من المروجين، مما يدل على حقيقة عدم صحتها على الدوام. فلا حاجة للجائع أبدا كي يقال له عن حاجته إلى الغذاء. ... الزيادات في الاستهلاك، ونظيرها الزيادات في الإنتاج، تعمل من خلال الاقتراح أو المحاكاة لخلق الرغبات. أو أن المنتجين قد يوثرون لخلق التفضيلات (الرغبات) من خلال الإعلان وتسهيلات البيع. وبالتالي الرغبات تعتمد على الإنتاج. " (Galbraith, 1969 [1958] p.158).

حيث اصطلح على ذلك بـ "التأثير التبعي". وقد يكون من المفيد أن تكون هناك حاجة إلى ما ناقشه غالبريث لأنه حتى في حالة الدخول المنخفضة جدا، قد يتم تسويق منتجات محددة بشكل كبير، على سبيل المثال، الوجبات السريعة الرخيصة التي تفتقر إلى التغذية، والمشروبات مثل كوكا كولا المستهلكة بكثافة في البلدان الأقل نمواً والسجائر والكحول. ومع ذلك، فإن النقطة الرئيسية عند غالبريث هو أن المستويات العليا من الإنتاج تتطلب مستويات أعلى من توليد الرغبة. ورضا هذه الرغبات لا علاقة له بتناول أفضليات المستهلكين الجاهزة أو تحسين رفاه الإنسان؛ فهي ضرورية لمواصلة النمو الاقتصادي.

تتجاوز الآثار المترتبة لسياسة سلطة ما فوق التفضيلات مجرد تنظيمات الإعلان والترويج للمبيعات. لذا فإن السياسة الاقتصادية تحتاج إلى أساس جدي للتحول فيما يتعلق بتخصيص الموارد وعليها أن تعيد فتح السؤال الأساسي: "ما هو الغرض من النشاط الاقتصادي؟". فمفهوم سيادة المستهلك ينكر شرعية استجواب التطبيقات الصناعية ونقد ممارسات الاستهلاك بشكل عام (Schor, 2007). وبمجرد رفض السيادة للمستهلكين فإن الأهداف الاجتماعية والثقافية للإنتاج والاستهلاك هي مواضيع خاضعة للتدقيق مع تواجد رغبة واضحة اجتماعية وبيئية واقتصادية في ذلك.

الاستنتاجات:

يبقى الادعاء بسيادة المستهلك وسيطرته على ما ينتج في اقتصاد السوق الرأسمالي جزءاً من عقيدة المذهب الاقتصادي الرأسمالي. ويؤيد هذا الاعتقاد كل من الليبراليين الكلاسيكيين، والاقتصاديين النمساويين والاقتصاديين الكلاسيك الجدد. وتجمع حججهم على دعم موقف أيديولوجي يدعي بأن الحرية الفردية هي المثل الأعلى، وهذه الحرية لا يمكن تحقيقها إلا عن طريق اقتصاد السوق، الذي ينبغي أن يكون هدفه الأساس تخصيص الموارد بكفاءة. ومن وجهة النظر هذه، فإن الحكم المقبول عموماً لاقتصاد السوق الناجح هو الحد الأدنى من تدخل الحكومة. ويجب أن يفهم أن أي إجراء من إجراءات الدولة يتجاوز اقتصاد السوق التام، يعد تدخلاً غير مشروع و يسبب تدهوراً في قدرة الناس على الوفاء بمصالحهم. هذا هو المبدأ الأساسي للاقتصاد السياسي النيوليبرالي الذي يهيمن اليوم.

أحد الآثار المترتبة على إدعاء سيادة المستهلكين هو إلقاء اللوم على حالة العالم من خلال هذا المفهوم. (المستهلكون السائدون) بعد كل شيء، هم الذين يقودون ما يتم إنتاجه وحيث ينبغي تخصيص موارده، ويتطلب ذلك أن يكون المستهلكون على علم تام بخياراتهم. وقد شرحنا بدقة أن مصطلح الفرد المطلع تماماً على كل المعلومات هو مفهوم بعيد عن الواقع، مع شهرة هذا المصطلح. ومع ذلك، دعونا نفترض أن مفهوم "علم المستهلك" منطقي وقد يكون المستهلكون قادرين على أن يكونوا على علم واسع بأحوال السوق في

مجتمع اليوم. و نفترض علاوة على ذلك، وجود بلد همّ الجميع فيه هو القراءة والكتابة والحصول على معلومات مفيدة متاحة بسهولة بتكلفة قليلة أو معدومة، حتى يتمكنوا من تحقيق "توفر المعلومات" للسلع والخدمات. ولا تزال هذه الحجة تضع تفضيلات هؤلاء الأفراد (المحتملين) المطلعين قبل أي افتراض، وبالتالي فإن تلك التفضيلات غير قابلة للنقاش. وبالإضافة إلى ذلك، فإن المجتمع يدار من خلال مصطلح أن تلك التفضيلات قائمة على أساس الدخل المتاح.

إذا لم يرغب المستهلكون في شراء المنتجات "الخضراء" فهي منتجات غير مطلوبة. وإذا كان الطلب على الأشجار البلاستيكية بدلا من الأشجار الحقيقية فينبغي توفيرها. إذا كانوا يكرهون أصنافا معينة، وغير مستعدين لدفع ثمن بقائها، ينبغي أن تنقرض هذه الأصناف وتندم من الطلب. تتغلغل فكرة المستهلك السبائي في كل العوالم الممكنة، وتبلغ ذروتها حتى في التلوث أو الاضطراب البيئي. فليس هناك حكم هنا على ما هو صواب أو خطأ وراء الوفاء بالملذات الجامحة، سواء كانت أنانية، سادية، منحرفة جنسيا،¹² معتلة إجتماعيا، معتلة نفسيا أو أيا كانت. فالعالم أداة توفر أقصى قدر من المنفعة الشخصية على أساس ما يفضله الفرد بغض النظر عن السبب.

وهذا يشير تساؤلات حول دور ومعنى الاختيار الفردي. حيث يمكن اعتبار اختيار نكهة الآيس كريم للاستهلاك مسألة في تحديد الأفضليات. ويمكن اعتبار اختيار السلع الفاخرة في السوق الاستهلاكية الحديثة في مجتمع ثري مسألة تفضيل للمستهلكين الأثرياء. ومع ذلك، فإن تعميم هذا النهج لاتخاذ القرارات حول كل شيء في العالم يقلل من أهمية كل شيء، كما في نكهات اختيار الآيس كريم أو الكماليات التي لا ضرورة لها. فالحياة تستمر دون مثل هذه الأشياء، فالتوافه قد تضيف القليل أو، قد لا تضيف أي شيء إلى معنى حياة الشخص. والواقع أن تقنين المستهلك يزيل الكثير من الأهمية بالنسبة للإنسان والإنسانية، أو أن يعيش حياة جيدة أو ذات معنى بحسب المعنى الأرسطي.

يكن في الواقع الكثير مما هو مهم إلا أنه مفقود في عالمنا من وجهة النظر هذه. فعلى سبيل المثال، عند النظر في اقتصادات السوق المتقدمة فإن معظم البشر يقنون الكثير من حياتهم في العمل لأجل الحصول على الأجر. و ما من معنى للعمل نفسه إلا كوسيلة للحصول على السلع والخدمات. فالعمل بدلا من دوره الهام يكون ضارا. حيث يتم التأكيد على اختيار المستهلك للسلع في حين يتم تجاهل ذلك حياتيا على مدى سنوات العمل. وعليه فإن الافتقار إلى الاختيار الذي يتمتع به الفرد على مدى عمله وظروفه له آثار كبيرة على الصحة والرفاه. وقيمة الشخص هو في مقدار عمله (أي العمل)، وهذه القيمة ناجمة من الإنتاج الذي يمكن بيعه في السوق. أما أولئك الذين لا يعملون في السوق فلا يمكن لهم أن يوجهوا استهلاك السلع ولا تكون لهم قيمة، فعلى سبيل المثال. ربات البيوت، العاطلين عن العمل، الطلاب. لذا فإن كثيرا من الأدوار الأخرى الأكثر أهمية التي يلعبها الأفراد في المجتمع سوف يتم تجاهلها عند جعل الهدف الأساس للإنسانية الاستهلاك. لذا فليس للمستهلكين في الواقع أي دور في الاقتصاد أو توجيهه، على الرغم من توطينهم في عملياته، وهو أمر ينكره مبدأ سيادة المستهلك أو يرى إمكانية تصحيحه من خلال تدابير السياسة المناسبة. وما ينكره سيادة المستهلك إمكانية تغيير الرغبات الملموسة التي يتم بناؤها اجتماعيا وثقافيا، بسهولة من خلال التشريعات التي تفرضها الإرادة السياسية. من الذي "يريد" ليس بمفرده، ناهيك عن الطلب على السيارة، الرحلات الجوية، والكمبيوتر، والهاتف المحمول؟ هناك إرادة سياسية كبيرة تكمن وراء توفير كل هذه الأمور، كما أن الاستثمار الهائل في البنية التحتية يدعم توفير ما مطلوب جميعا وما زال يفعل ذلك. وينطبق الشيء نفسه على المحاصيل المحورة وراثيا، وتكنولوجيا النانو، والتكسير عن طريق الحقن، أو أي عدد من التطورات التي تحاول تلبية الطلبات المتنامية للمجتمع.

أن هذا صحيح ويمكن تطبيقه في أي مجتمع بشكل مغاير. ومع ذلك، لن يتم تحقيق ذلك عن طريق انتظار أسطورة سيادة المستهلك، حيث ينبغي القيام بالشيء الصحيح من قبل آليات الاقتصاد السلوكي الجديد أو توجيه الشراء للمنتجات المناسبة على وفق آليات الأسعار القديمة. المشاكل تذهب أعمق بكثير من ذلك، وتتعلق بالغرض الأساس من المجتمع البشري. في الواقع، لماذا يريد أي شخص الحفاظ على المجتمع الاستهلاكي الحديث؟ عرفت الحداثة، التنمية على أنها تغيير تكنولوجي تجعل من الاقتصاد نظاما رأسماليا سوقيا ملزما بالحاجة إلى المزيد من استهلاك الطاقة والمواد. وبالتالي فإن سيادة المستهلك هي أسطورة وظفت لتحويل الانتباه بعيدا عن الواقع وعن الحاجة إلى التنمية الشخصية والاجتماعية التي تنسجم مع تطور العالم حيويا و فيزيانيا.

References Cited

- Aldred, J., 2006. Incommensurability and monetary valuation. *Land Economics* 82, 141-161.
- Becker, G.S., 1976. *The economic approach to human behavior*. University of Chicago Press.
- Chang, R., 1997. *Incommensurability, Incomparability and Practical Reason*. Harvard University Press, Harvard.
- Galbraith, J.K., 1969 [1958]. *The Affluent Society*. Houghton Mifflin, Boston.
- Galbraith, J.K., 1970. Economics as a System of Belief. *The American Economic Review* 60, 469-478.
- Galbraith, J.K., 2001. The Myth of Consumer Sovereignty, in: Galbraith, J.K. (Ed.), *The Essential Galbraith*. Houghton Mifflin, Boston, pp. 31-39.
- Galbraith, J.K., 2007 [1967]. *The New Industrial State*. Princeton University Press, Princeton and Oxford.
- Gunning, J.P., 2009. *Consumer Sovereignty: The Key to Mises's Economics*. Bryant University.
- Holland, A., 2002. Are Choices Tradeoffs?, in: Bromley, D.W., Paavola, J. (Eds.), *Economics, Ethics, and Environmental Policy: Contested Choices*. Blackwell Publishing, Oxford, pp. 17-34.
- Hutt, W.H., 1936. *Economists and the Public: A Study of Competition and Opinion*. Cape.
- Kapp, K.W., 1978a. *The Social Costs of Business Enterprise*, 3rd edition, 3rd ed. Spokesman, Nottingham.
- Kapp, K.W., 1978b. The Social Costs of Cutthroat Competition, Planned Obsolescence and Sales Promotion, in: Kapp, K.W. (Ed.), *The Social Costs of Business Enterprise*, 3rd edition, 3rd ed. Spokesman, Nottingham, pp. 224-247.
- Marx, K., 1867. *Das Kapital. Krtiik der Polotischen Oekonomie*. Buch I: Dar Produktionsprozess des Kapitals., 1st edition ed. Verlag von Otto Meissner, Hamburg.
- Mirowski, P., 1989. *More Heat than Light: Economics as Social Physics, Physics as Nature's Economics*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Mirowski, P., 2013. *Never Let a Serious Crisis go to Waste: How Neoliberalism Survived the Financial Meltdown*. Verso, London.
- Mirowski, P., Plehwe, D., 2009. *The Road to Mont Pèlerin: Making of the Neoliberal Thought Collective*. Harvard University Press, Cambridge.
- Mises, L.v., 1949. *Human action: A treatise on economics*. Morris, W., 1993 [1890]. *News from Nowhere*, in: Wilmer, C. (Ed.), *Penguin Classics*. Penguin Books, London, pp. 41-228.
- O'Neill, J.F., 1997. Value, Pluralism, Incommensurability and Institutions, in: Foster, J. (Ed.), *Environmental Economics: A Critique of Orthodox Policy*. Routledge, London.
- Persky, J., 1993. Retrospectives: Consumer Sovereignty. *Journal of Economic Perspectives* 7, 183 - 191.
- Plehwe, D., 2009. Introduction, in: Mirowski, P., Plehwe, D. (Eds.), *The Road to Mont Pèlerin: Making of the Neoliberal Thought Collective*. Harvard University Press, Cambridge, pp. 1-42.
- Polanyi, K., 1944. *The Great Transformation*, 1st edition ed. Rinehart & Company Inc., New York/Toronto.
- Raphael, D.D., Macfie, A.L., 1982. Introduction, in: Raphael, D.D., Macfie, A.L. (Eds.), *The Theory of Moral Sentiments*, Glasgow ed. Liberty Fund, Indianapolis.
- Rhodes, R.A.W., 1996. The new governance: Governing without government. *Political Studies* XLIV, 652-667.
- Rothenberg, J., 1968. Consumer sovereignty, *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: Macmillan and Free Press, pp. 326-335.
- Ruskin, J., 1907 [1862]. *'Unto This Last': Four Essays on the First Principles of Political Economy*. George Routledge & Sons Limited, London.
- Sayer, A., 1992. Theory, observation and practical adequacy, in: Sayer, A. (Ed.), *Method in Social Science: A Realist Approach*. Routledge, London, pp. 45-84.
- Schor, J.B., 2007. In Defense of Consumer Critique: Revisiting the Consumption Debates of the Twentieth Century. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 611, 16 - 30.
- Screpanti, E., Zamagni, S., 2001. *An outline of the history of economic thought*. Oxford University Press, USA.
- Sen, A.K., 1987. *On Ethics and Economics*. Basil Blackwell, Oxford, England.
- Smith, A., 1976 [1776]. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, 1976 ed. Chicago University Press, Chicago.
- Smith, A., 1982 [1759]. *The Theory of Moral Sentiments*, Glasgow ed. Liberty Fund, Indianapolis.
- Spash, C.L., 1998. Investigating individual motives for environmental action: Lexicographic preferences, beliefs and attitudes, in: Lemons, J., Westra, L., Goodland, R. (Eds.), *Ecological Sustainability and Integrity: Concepts and Approaches*. Kluwer Academic Publishers, The Netherlands, pp.46-62.

- Spash, C.L., 2000. Ecosystems, contingent valuation and ethics: The case of wetlands re-creation. *Ecological Economics* 34, 195-215.
- Spash, C.L., 2002. Informing and forming preferences in environmental valuation: Coral reef biodiversity. *Journal of Economic Psychology* 23, 665-687.
- Spash, C.L., 2008. How much is that ecosystem in the window? The one with the biodiverse trail. *Environ. Values* 17, 259-284.
- Spash, C.L., Hanley, N., 1995. Preferences, information and biodiversity preservation. *Ecological Economics* 12, 191-208.
- Thomasberger, C., 2002. Menschliches Handeln und marktwirtschaftliche Strukturen. Traditionelle Neoklassik, ökonomischer Ansatz und özioökonomische Gegenbewegungen, in: Ötsch, W., Panther, S. (Eds.), {Ökonomik und Sozialwissenschaft. Ansichten eines in Bewegung geratenen Verhältnisses}. Marburg: Metropolis Verlag, pp. 81-118.
- Torre, D., 1998. Consumer Sovereignty, in: Arena, R., Longhi, C. (Eds.), *Markets and Organization*. Springer, pp. 23-41.

.....
.....
.....