

آزمون درون‌زایی حمایت با تأکید بر انواع تجارت درون صنعت: یک مطالعه موردی برای صنایع کارخانه‌ای ایران

سعید راسخی^۱

الناز بهنیا^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۲/۳

تاریخ ارسال: ۱۳۹۱/۱۲/۹

چکیده

از دهه ۱۹۷۰ میلادی به بعد نظریه‌پردازان اقتصاد سیاسی بین‌الملل^۳، نقش عناصر داخلی از جمله گروه‌های فعال داخلی، سیاستها و شاخص‌های کلان اقتصادی را بر روند شکل‌گیری سیاستهای حمایتی مورد تأکید قرار داده‌اند و بررسی‌های تجربی نیز غالباً دیدگاه آنها را مورد تأیید قرار داده است. پژوهش حاضر با بکارگیری داده‌های تابلویی طی دوره زمانی ۱۳۸۶-۱۳۸۰ و در چارچوب فرضیه درون‌زایی حمایت^۴، به بررسی عوامل تعیین‌کننده حمایت تعرفه‌ای برای صنایع کارخانه‌ای ایران می‌پردازد. در چارچوب ادبیات اخیر و با توجه به تعداد کم مطالعات بین‌المللی درباره موضوع تحقیق، به ویژه در خصوص اثر تجارت درون صنعت بر حمایت‌های تعرفه‌ای، این مطالعه در کنار متغیرهای مؤثر بر حمایت‌های تعرفه‌ای، به بررسی اثر تجارت درون صنعت به تفکیک انواع آن نیز پرداخته است. نتایج حاکی از آن است که عواملی نظیر ارزش افزوده و نسبت تولید به واردات در تعیین حمایت‌های تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای ایران مؤثرند. همچنین، تجارت درون صنعت کل، افقی و عمودی اثر منفی و معنادار بر حمایت تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای ایران دارند. بر این اساس پیشنهاد می‌شود ضمن توسعه تجارت درون صنعت و رقابتی کردن فضای تجاری، فعالیت صنایع داخلی در هر دو بازار خارجی و داخلی گسترش یابد.

واژگان کلیدی: حمایت تعرفه‌ای، انواع تجارت درون صنعت، صنایع کارخانه‌ای، داده‌های تابلویی، ایران

طبقه‌بندی JEL: D72, F13, F12, F17

srasekhi@umz.ac.ir

۱. دانشیار گروه اقتصاد، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران

۲. کارشناس ارشد اقتصاد دانشگاه مازندران

3. International Political Economy

4. Endogenous Protection Hypothesis

۱. مقدمه

سیاست‌های حمایتی، همواره مورد توجه کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه بوده است. مهم‌ترین ابزار در این رابطه، توسل به کنترل‌های تجاری و موانع محدودکننده واردات است تا در سایه آن، صنایع داخلی بتوانند خود را برای مواجهه با تولیدکنندگان رقیب و بازارهای جهانی، آماده سازند. ولی طی دهه‌های اخیر، این ایده مطرح شده است که استراتژی‌های تجاری، الزاماً در مسیر بهینه خود قرار ندارند. موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای، تنها برای کنترل سایر شاخص‌های اقتصادی و حمایت از صنایع داخلی وضع نمی‌گردند، بلکه خود آنها هم می‌توانند تحت تأثیر برخی عوامل درونی قرار داشته باشند. این عوامل ممکن است سیاست‌ها و یا برخی کمیت‌های اقتصادی باشند، یا اینکه فشار و چانه‌زنی گروه‌های متقاضی این سیاست‌ها، دولتمردان را به اتخاذ این قبیل رویه‌های حمایت‌گرایانه مجبور کرده باشد.

دانشمندان اقتصاد سیاسی نیز معتقدند سیاست‌های تجاری تحت تأثیر گروه‌های ذینفع^۱ تعیین می‌شوند. در این راستا، تئوری‌های متعددی در مورد رفتار و اثر این گروه‌ها و صاحبان صنایع در سیاست‌های تجاری مطرح شده است. براساس این تئوری‌ها، عوامل مختلفی بر تصمیم‌گیری‌های دولت به عنوان تنها عرضه‌کننده سیاست‌های تجاری مؤثر است.

به عنوان نمونه، دولت‌ها همواره مایل به حمایت از صنایع با ارزش افزوده بالا هستند، یعنی صنایع کارخانه‌ای که منابع درآمدی بیشتری را برای دولت فراهم می‌کنند (آفونتسو^۲، ۲۰۰۲). با افزایش ارزش افزوده بخش صنعت، درآمد مالیاتی دولت نیز افزایش می‌یابد که در واقع یک بازی برد-برد^۳ برای دولت و صنعت محسوب می‌شود (چن و فنگ^۴، ۲۰۰۰). بعلاوه، به نظر می‌رسد، صنایع با نسبت تولید به واردات کمتر و با رقابت بین‌المللی شدیدتر نیازمند حمایت بیشتری هستند (هیلمن^۵، ۱۹۸۲). همچنین، تعداد شاغلین صنعت نیز رابطه مستقیم با قدرت نفوذ و چانه‌زنی صاحبان صنایع داشته و موجب تقاضای بیشتر از حمایت تعرفه‌ای می‌شود (بالداوین و نیکود^۶، ۲۰۰۷). از عوامل دیگر تأثیرگذار بر تقاضای حمایت، تجارت درون صنعت است. این متغیر از دو جنبه بر تقاضای حمایت مؤثر است. اول اینکه، با توجه به ماهیت تجارت درون صنعت که صادرات و واردات همزمان گروه کالاهای یکسان است و درگیر شدن هر دو جریان تجارت (صادرات و واردات)، با توسعه این نوع تجارت نیاز به حمایت کاهش می‌یابد (راسخی^۷، ۲۰۰۸). دوم اینکه، به دلیل ارتباط معکوس بین تعرفه و کشش تقاضای واردات از یک سو و همچنین، رابطه منفی میان تجارت درون صنعت و کشش تقاضای واردات از سوی دیگر، انتظار می‌رود رابطه میان تجارت درون صنعت و تعرفه معکوس باشد (گروسمن و هلپمن^۸، ۱۹۹۴).

1. Interest Groups
2. Afontsev
3. Win-win Game
4. Chen and Feng
5. Hillman
6. Baldwin and Robert-Nicoud
7. Rasekhi
8. Grossman and Helpman

تحقیقات تجربی درباره موضوع تحقیق، ویژگی‌های صنعت همچون تعداد شاغلین و اندازه صنعت را به عنوان شاخصی برای نفوذ احزاب در نظر گرفته‌اند. به عنوان نمونه مشخص، چن و فنگ (۲۰۰۰) با بررسی ۹۵ صنعت در سال ۱۹۹۶، الگوی نفوذ گروه‌های مختلف صنعتی بر سیاست‌های تجاری دولت چین را شناسایی نمودند. آنان با استفاده از رگرسیون داده‌های مقطعی^۱ به این نتیجه رسیدند که سیاست‌های تجاری در چین عمدتاً براساس سیاست‌های صنعتی با جهت‌گیری به سمت صنایع با تکنولوژی بالا و سیاست اجتماعی برای حداقل‌سازی بی‌ثباتی اجتماعی^۲ تعیین می‌شود. کادوت و همکاران^۳ (۱۹۹۹) ضمن ارایه روشی برای آزمون مدل تشکیل حمایت درون‌زای گروسمن و هلیمن، به پیوندهای بین صنعتی در ردیابی اثرات موانع گمرکی و ضدلایبی از کاربران پایین‌دستی^۴ روی حمایت درون‌زا تأکید کرده‌اند. به اعتقاد آنان، لابی برای تولیدکنندگان نسبت به واسطه‌ها پرهزینه‌تر است. همچنین، ماروآسی^۵ (۲۰۱۳) ضمن توسعه مدل گروسمن و هلیمن (۱۹۹۴) دریافتند که برای بخش‌هایی که به صورت لابی شکل گرفته‌اند، حمایت واردات مثبت بوده و این حمایت با درجه نفوذ واردات رابطه مثبتی دارد.

مرور مطالعات تجربی به وضوح نشان می‌دهد که مطالعات بسیار محدودی در سطح بین‌المللی به ویژه در رابطه با اثرگذاری تجارت درون صنعت بر حمایت تعرفه‌ای انجام شده است. از طرف دیگر با توجه به نقش دولت در اقتصاد ایران، استراتژی‌های حمایتی همواره از جایگاه خاصی در مطالعات و تحقیقات داخلی برخوردار بوده‌اند. بخشی از این حمایت‌ها، ناظر بر سیاست‌های تجاری است که عمدتاً از طریق اعمال موانع وارداتی و وضع تعرفه‌های گمرکی انجام می‌گیرد. اگرچه افق‌های زمانی مشخصی را برای اینگونه سیاست‌ها پیش‌بینی می‌کنند و دستاوردهای کمی و کیفی معینی هم از آن انتظار می‌رود، ولی بسیاری از بخش‌های اقتصادی و صنایع کشور در طول دهه‌های گذشته همواره از حمایت‌های دولتی (به ویژه اقدامات حمایت‌گراییانه تجاری) برخوردار بوده‌اند. این مسئله، توأم با تغییرات مکرر سیاست‌گذاری و نوسان شاخص‌های کلان اقتصادی در کشور (به ویژه درآمدهای نفتی)، ضرورت بررسی چگونگی شکل‌گیری سیاست‌های حمایتی را خاطر نشان می‌سازد. اینگونه تحقیقات می‌تواند نقش مؤثری هم در شفاف‌سازی فضای کلی حاکم بر سیاست‌گذاری‌ها در کشور داشته باشد.

بر این اساس و با توجه به مطالعات محدود بین‌المللی و همچنین، عدم وجود مطالعه داخلی درخصوص عوامل مؤثر بر حمایت تعرفه‌ای صنایع، مطالعه حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر حمایت‌های تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای ایران می‌پردازد.^۶ با توجه به این مهم که ساختار تجارت خارجی می‌تواند بر

1. Cross Section Data

2. Social Instability

3. Cadot, *et al*

4. Downstream users

5. Marvasi

۶. لازم به ذکر است تحقیق حاضر در مقایسه با مطالعه داوری (۱۳۸۴) که عوامل مؤثر بر حمایت‌های تعرفه‌ای در تجارت خارجی ایران را بررسی کرده است، از جنبه‌های مختلف به ویژه لحاظ کردن ادبیات تجارت درون صنعت و ویژگی‌های خاص صنایع کارخانه‌ای در اقتصاد سیاسی حمایت، دارای نوآوری است.

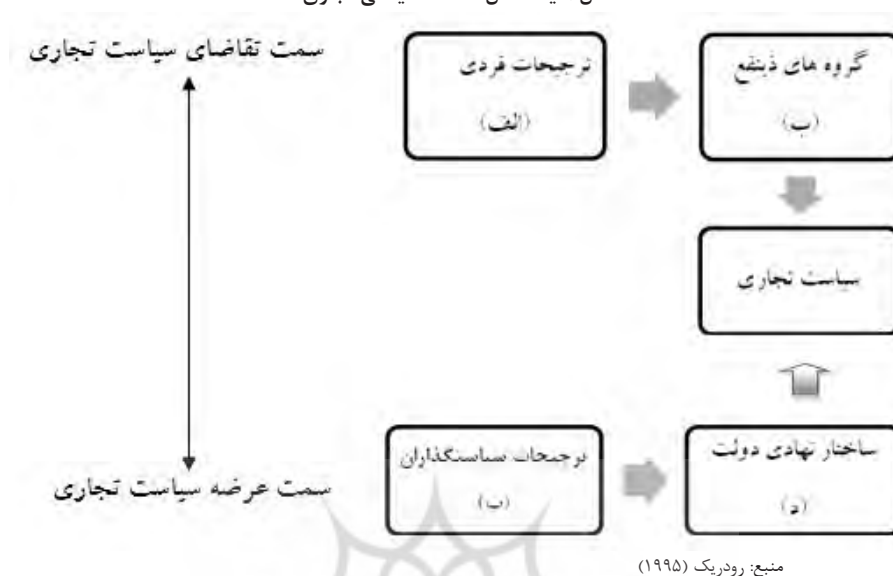
شکل‌گیری حمایت مؤثر باشد، در مطالعه حاضر، اثر تجارت درون صنعت بر حمایت تعرفه‌ای ایران نیز آزمون شده است. علاوه بر جدید بودن موضوع اخیر، بررسی اثر انواع تجارت درون صنعت جزو نوآوری‌های مطالعه حاضر به شمار می‌رود. اینکه تجارت درون صنعت اثر منفی بر حمایت تعرفه‌ای داشته باشد می‌تواند سیاستگذاران را به این نکته مهم معطوف سازد که با تغییر ساختار تجارت خارجی به نفع تجارت درون صنعت، می‌توان از فشار گروه‌های داخلی در جهت جلب حمایت کاست و زمینه را برای انحراف کمتر از مسیر بهینه سیاستی فراهم نمود. بدین ترتیب، سؤال اصلی تحقیق حاضر این است که آیا عوامل اقتصاد-سیاسی و همچنین، ساختار تجارت خارجی بر شکل‌گیری حمایت تعرفه‌ای در صنایع کارخانه‌ای ایران مؤثرند؟ بر این اساس، فرضیه تحقیق حاضر این است که اولاً شکل‌گیری حمایت تعرفه‌ای از صنایع کارخانه‌ای ایران درون‌زا است و ثانیاً تجارت درون صنعت اثر منفی بر حمایت تعرفه‌ای از صنایع کارخانه‌ای ایران دارد.

محدوده پژوهش حاضر شامل ۷۸ صنعت مختلف کارخانه‌ای ایران در سطح تجمیع ۴ رقم طبقه‌بندی ISIC طی دوره زمانی ۸۶-۱۳۸۰ است. تمامی داده‌های مورد استفاده در این پژوهش از گمرک جمهوری اسلامی ایران، کتاب مقررات صادرات و واردات، مرکز آمار ایران، سالنامه‌های آماری کشور، بانک مرکزی و سایت بانک جهانی بدست آمده است. مطالعه حاضر در چهار بخش سازماندهی شده است: بعد از مقدمه که در بخش اول ارائه شده، در بخش دوم مبانی نظری موضوع تحقیق ارائه گردیده است. بخش سوم به داده‌ها، تصریح و برآورد مدل اختصاص دارد. خلاصه و نتیجه‌گیری در بخش چهارم ارائه شده است. منابع نیز در انتهای مقاله آمده است.

۲. مبانی نظری

رودریک^۱ (۱۹۹۵)، یک مدل اقتصاد سیاسی تجاری را معرفی کرده است (شکل ۱). وی عنوان می‌کند که مدل اقتصاد سیاسی باید شامل ترجیحات فردی در دامنه انتخاب‌های سیاسی در دسترس سیاستگذاران (جعبه الف) و پیوستگی و جریان‌ات این ترجیحات از طریق گروه‌های ذینفع نظیر گروه‌های فشار و احزاب سیاسی (جعبه ب) باشد. دو عنصر بعدی مربوط به سمت عرضه سیاست‌های تجاری بوده و شامل ترجیحات سیاستگذاران در جهت انتخاب مجدد و منافع حزبی (جعبه پ) و ساختار نهادی دولت (جعبه د) است. با این چارچوب می‌توان نحوه اثرگذاری ترجیحات و تنظیم سیاست‌های تجاری را بررسی نمود.

شکل ۱. یک مدل اقتصاد سیاسی تجاری



در چارچوب مدل اقتصاد سیاسی رودریک (۱۹۹۵)، پنج مدل قابل تشخیص است. براساس رویکرد تابع شکل‌گیری تعرفه^۱، تعرفه تابع افزایشی از منابعی است که به نفع تعرفه در لابی وارد می‌شوند و همچنین، تابعی کاهشی از منابعی است که علیه آن اختصاص داده می‌شوند. رودریک (۱۹۸۶) با استفاده از مطالعه فیندلی و ویلز^۲ (۱۹۸۲)، یک اقتصاد دو بخشی را در نظر می‌گیرد که یکی از این بخش‌ها با بازده ثابت نسبت به مقیاس، تنها از نیروی کار استفاده می‌کند و بخش دیگر یعنی بخش فعال سیاسی، کار و سرمایه خاص بخشی را به خدمت می‌گیرد. در اینجا، تابع شکل‌گیری تعرفه در بردارنده نیروی کار بکار گرفته شده توسط بخش فعال سیاسی در فرآیند لابی است. به این ترتیب، سود بخش فعال سیاسی ناشی از تعرفه اعمال شده بر تولیداتی است که از سرمایه خاص بخشی استفاده کرده‌اند. در نهایت این مدل دارای دو لابی صنعتی است و هر کدام از آنها تصمیم می‌گیرند که چه مقدار نیروی کار به فعالیت‌های لابی اختصاص دهند. در مجموع، براساس این راهکار، تعرفه در لابی صنعت رقیب واردات افزایش و در دیگر لابی‌ها کاهش می‌یابد.

در راهکار تابع حمایت سیاسی^۳، دولت تابع هدفی را حداکثر می‌سازد که در آن برای گروه‌های مختلف در جامعه اوزان متفاوتی در نظر گرفته می‌شود که بستگی به اهمیت سیاسی آنها در دولت وقت دارد. در این رویکرد، سیاستگذار در معرض نفوذ سیاسی یک گروه ذینفع سازمان‌یافته به نمایندگی از یک صنعت خاص قرار می‌گیرد، ولی همچنان مراقب عواقب محدود شدن کارایی تجارت نیز هست.

1. Tariff Formation Function
2. Findlay and Wellisz
3. Policy Protection Function

هدف نهایی دولت در اینجا تضمین محبوبیت خود در میان رأی‌دهندگان و امید دوباره برای انتخاب شدن است. بنابراین، سیاستگذاران تابع بده بستان سود ناشی از حمایت در صنعت خاص را در برابر زبان عموم مردم حداکثر می‌کنند. در خصوص این تابع دو استدلال مطرح می‌شود. براساس استدلال اول، حمایت سیاسی به نفع صنعتی است که سودآوری‌اش در تابع هدف (حمایت سیاسی) گنجانده می‌شود. در حالی که دومین استدلال مطرح می‌کند که با توجه به اینکه تفاوت سطوح قیمت‌های داخلی و بین‌المللی بر بهره‌وری مؤثر است، هم سود صنعت و هم رفاه کل در تابع حمایت سیاسی وارد می‌شود. در این رابطه، ونلانگ و وسدن^۱ (۱۹۹۱) با ارایه یک مدل، به این نتیجه کلی دست پیدا کردند که حمایت سیاسی به سطح درآمد گروه‌های مختلف در اقتصاد با عوامل خاص بخشی بستگی دارد. تابع حمایت سیاسی ونلانگ و وسدن منعکس‌کننده ترجیحات سیاستگذاران در بخش‌های مختلف است.

مدل سوم، راهکار رأی‌دهنده میانی^۲ است. مایر^۳ (۱۹۸۴) با استفاده از این راهکار و در چارچوب مدل هکشر-اهلین^۴، عوامل سیاسی و اقتصادی مؤثر در شکل‌گیری تعرفه را بررسی کرد. فرض اساسی در این راهکار این است که تصمیمات سیاسی انعکاسی از نفع شخصی رأی‌دهندگان، گروه‌های فشار، سیاستمداران و ترجیحات سایر تصمیم‌گیرندگان در خصوص موضوعات تجاری است. وی تلاش کرد که وابستگی نرخ‌های تعرفه به توزیع درآمد عوامل، قواعد حاکم بر رأی‌گیری، میزان تحرک عوامل و تنوع صنعتی را ارزیابی کند. در چارچوب مدل مایر، با توجه به اینکه اشخاص ترجیحات یکسان و رجحان منحصر به فرد در خصوص رأی دادن دارند ولی در موجودی نسبی عوامل متفاوت هستند، سیاستگذار می‌تواند نرخ تعرفه را با حداکثرسازی مطلوبیت رأی‌دهنده میانی به صورت درون‌زا تعیین کند. در مجموع، با استفاده از مدل هکشر-اهلین و با بکارگیری قضیه رأی‌دهنده میانی، مایر نشان می‌دهد که سیاست تجاری به صورت درون‌زا تعیین می‌گردد.

راهکار مشارکت در مبارزات انتخاباتی^۵ راهکار چهارم است. در مدل‌های اخیر برای انتقال منابع از گروه‌های ذینفع خاص به سیاستگذاران هیچ نقش مستقیمی در نظر گرفته نشده است. مطالعات مگی و همکاران^۶ (۱۹۸۹) و گروسمن و هلپمن (۱۹۹۴)، صراحتاً به نقش کمک‌های مالی در این رابطه اشاره کرده‌اند. در مطالعه مگی و همکارانش بیان شده است که لابی به افزایش احتمال برنده شدن حزب سیاسی مورد علاقه کمک می‌کند. به همین ترتیب، در مطالعه گروسمن و هلپمن (۱۹۹۴)، تأکید شده است که کمک‌ها و مشارکت‌های انتخاباتی بر موضع سیاسی دولت وقت، اثرگذار است. در این راستا مگی و همکارانش (۱۹۸۹)، به مدل استاندارد هکشر-اهلین با ۲ کالا و ۲ عامل، ۲ حزب سیاسی و ۲ لابی را اضافه کردند و فرض کردند یکی از احزاب، طرفدار تجارت و دیگری طرفدار حمایت است. در این مدل هر لابی مربوط به یکی از عوامل تولید (کار و سرمایه) بوده و به یکی از احزاب کمک می‌کند. با

1. Van Long and Vousden
2. Median Voter Approach
3. Mayer
4. Heckscher-Ohlin
5. Campaign Contribution Approach
6. Magee, *et al*

توجه به قضیه استاپلر - ساموئلسون^۱ عامل کمیاب اقتصاد، لابی حمایت و عامل فراوان اقتصاد لابی طرفدار تجارت را سازماندهی می‌کند. هرچه احتمال انتخاب یک حزب بیشتر باشد، میزان کمک‌های انتخاباتی دریافتی‌اش افزایش می‌یابد. در این مدل، دو حزب در برابر یکدیگر، بازی نش انجام می‌دهند. این بازی در دو مرحله انجام می‌شود که در آن احزاب در مرحله اول، سیاست‌های خود را انتخاب می‌کنند و لابی در مرحله دوم کمک‌های خود را ارایه می‌دهد. در راهکار مشارکت سیاسی^۲ نیز سیاستها از طریق کمک‌های مالی لابی‌ها به سیاستمداران وقت تعیین می‌شوند. معروف‌ترین مدل در این راستا مدل گروسمن و هلپمن (۱۹۹۴) است. در این مدل، دولت مجموع وزنی کمک‌های مالی و رفاه کل را حداکثر می‌کند. در این مدل، تعدادی بخش اقتصادی در اقتصاد باز کوچک وجود دارند که با بکارگیری عامل کار و یک عامل خاص اقدام به تولید می‌کنند. برخی از این عوامل خاص، نمایندگان گروه‌های لابی هستند. از آنجا که هر لابی، خواستار حداکثر کردن مطلوبیت اعضای خود است، مسئله لابی، انتخاب برنامه مشارکتی برای رسیدن به این هدف خواهد بود. در این مدل، رفاه مشترک اعضای لابی با توجه به برنامه لابی‌های دیگر و تصمیمات قابل پیش‌بینی دولت حداکثر می‌گردد.

علاوه بر مدل‌هایی که در بالا به آنها اشاره شد، مدل‌های دیگری نیز در مطالعات گوناگون مورد بررسی و توجه قرار گرفته است. مدل گروه فشار یا گروه‌های ذینفع^۳ بر این نکته تأکید دارد که صاحبان سرمایه بر سیاستگذاران فشار وارد می‌کنند تا سیاست‌ها را در جهتی که تضمین‌کننده منافع آنان باشد، هدایت نماید. مثلاً صاحبان صنایع در بخش‌های رقیب واردات، سعی می‌کنند ضمن چانه‌زنی با مقامات دولتی، آنها را به اتخاذ استراتژی‌های حمایتی و وضع موانع تجاری بر سر راه واردات ترغیب نمایند. همچنین، براساس راهکار تعصب به حفظ وضع موجود^۴، شرایط نااطمینانی که عمدتاً با اعمال سیاست‌های آزادسازی رخ می‌دهد، موجب می‌شود بسیاری از دست‌اندرکاران از اتخاذ اینگونه استراتژی‌ها واهمه داشته باشند و تداوم نظام حمایتی را ترجیح دهند. در این رابطه نیچ^۵ (۱۹۸۹) معتقد است که مردم برای آنچه که در حال حاضر در تصرف خود دارند، ارزش بیشتری قائل هستند تا برای آنچه که ممکن است در آینده به آن برسند. بنابراین، تعصب به حفظ وضعیت موجود یا تداوم سیاست‌های حمایتی و اجتناب از نااطمینانی اولویت بیشتری دارد تا اتخاذ استراتژی‌های آزاد تجاری که علیرغم نااطمینانی‌های همراه آن، ممکن است بتواند به عنوان یک بازی با مجموع مثبت موجب بهبود شرایط در آینده گردد.

در چارچوب نظریه ماشین افزایشگر^۶، کیوز^۷ (۱۹۷۶) معتقد است میزان حضور و تأثیرگذاری هر صنعت در انتخابات تأثیر مستقیم بر انحراف مسیر قوانین و سیاستگذاری‌ها در جهت منافع آن صنعت

1. Stolper-Samuelson theorem
2. Policy Contribution Approach
3. Pressure Group or Interest Group Model
4. Status Quo Bias
5. Knetsch
6. Adding Machine Model
7. Caves

دارد. این قدرت اثرگذاری می‌تواند ناشی از تبلیغات، نوع محصول و یا امکانات مالی باشد که در اختیار آن صنعت قرار دارد. ولی شاید مهمترین عاملی که می‌تواند توجه مقامات را به آن بخش اقتصادی یا صنعت جلب کند، تعداد رأی‌دهندگانی است که در آن بخش متمرکز شده‌اند. هر چه تعداد اعضاء و کارکنان شاغل در آن بخش اقتصادی یا صنعت بیشتر باشد، میزان حمایت‌های به عمل آمده از آن نیز افزایش خواهد یافت. به عبارت دیگر، بالا رفتن توان چانه‌زنی و توسعه نیروی انسانی در یک صنعت می‌تواند میزان حمایت‌های تجاری از تولیدات آن را ارتقاء دهد.

سرانجام طبق راهکار سیاست خارجی^۱، قدرت سیاسی اقتصادی و توان چانه‌زنی کشور در مذاکرات بازرگانی نقش مهمی در تعیین راهبردهای تجاری ایفا می‌کند. این مسئله خصوصاً در رابطه با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی^۲ (FDI) و حضور تولیدکنندگان خارجی در اقتصاد داخلی اهمیت خاصی دارد.

در مدلهایی که اشاره شد نقش تجارت درون صنعت در درون‌زایی سیاست‌های حمایتی، مورد توجه قرار نگرفته است. در این ارتباط رافین^۳ (۱۹۹۹) مطرح می‌کند که تجارت درون صنعت نیاز به حمایت را کاهش می‌دهد، چون این پدیده هر دو سمت تجارت خارجی یعنی صادرات و واردات را درگیر می‌کند. در همین راستا، کیو^۴ (۲۰۰۸) با استفاده از مدل رافین (۱۹۹۹)، بیان می‌کند از آنجا که امروزه امروزه بسیاری از بنگاه‌ها در بازارهای مختلف به رقابت می‌پردازند، لازم است اثرات استراتژی‌های مختلف را بر سود حاصل از این بازارها مورد ارزیابی قرار دهند. اگر بنگاهی با دولت خود برای حمایت لابی کند، سود آن از بازار داخلی افزایش می‌یابد، در حالی که اگر برای تجارت آزاد لابی کند سودش در بازارهای جهانی افزایش پیدا می‌کند. از این رو بنگاه باید اثرات لابی برای حمایت و لابی برای تجارت آزاد را مورد مقایسه قرار دهد. در این مدل، بنگاه نمی‌تواند همزمان با دولتهای داخلی و خارجی لابی کند، چون دو موقعیت لابی (برای حمایت و تجارت آزاد) از نظر رفتاری ناسازگارند. در مرحله بعد، دولت سطح تعرفه را تعیین می‌کند و سپس بنگاه‌ها در بازار محصول به رقابت می‌پردازند. با توجه به اینکه از نظر بنگاه، افزایش تعرفه داخلی برابر با افزایش هزینه‌های بنگاه رقیب است در حالی که کاهش تعرفه خارجی برابر با کاهش هزینه‌های خود بنگاه است، بنابراین بنگاه ترجیح می‌دهد هزینه‌های خودش کاهش یابد تا اینکه هزینه بنگاه رقیب افزایش پیدا کند. به این ترتیب، با وجود تجارت درون صنعت نیاز به حمایت تعرفه درون‌زا کاهش می‌یابد.

جدول ۱، عوامل مؤثر بر حمایت‌های تعرفه‌ای برگرفته از مدلهای اقتصاد سیاسی را ارائه می‌کند. براساس این جدول، حمایت تعرفه‌ای را می‌توان تابعی از یک سری متغیرها مانند ارزش افزوده، تمرکز صنعتی، نسبت تولید به واردات، تعداد شاغلین و تجارت درون صنعت در نظر گرفت.

-
1. Foreign Policy Approach
 2. Foreign Direct Investment (FDI)
 3. Ruffin
 4. Qiu

جدول ۱. مدل‌های اقتصاد سیاسی حمایت تعرفه‌ای

عوامل تعیین‌کننده حمایت	معادله تعرفه	رویکرد تحلیلی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ نتایج به شکل تابع تعرفه بستگی دارد. ✓ تعداد شاغلین 	$t = t(L_1^l, L_2^l)$ <p>L^l: مقدار نیروی کار صرف شده در لابی است.</p>	تشکیل تعرفه
<ul style="list-style-type: none"> ✓ اندازه محصول (+) ✓ کشش تقاضای واردات (-) ✓ وزن درون‌زای منعکس‌کننده ترجیحات سیاستمداران بر رفاه صنعت یا رفاه کل (+) 	$t_i^{ps} = - \frac{x_i}{a \left(\frac{\partial m_i}{\partial t_i} \right)}$ <p>a: نرخ نهایی جایگزینی بین رفاه کل و رفاه لابی است.</p>	تابع حمایت سیاسی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ مالکیت عامل رای دهنده نسبت به موجودی عامل کل کشور ✓ شیب تابع تقاضای واردات 	$t_i^{mv} = - \frac{(\gamma_i^{mv} - n^{-1})x_i}{\frac{\partial m_i}{\partial t_i}}$ <p>t: تعرفه، m: واردات، x: محصول $\gamma_i^{mv} - n^{-1}$: مالکیت اضافی عامل استفاده شده در x</p>	رای دهنده میانی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ضرر مقایسه‌ای بخش‌ها: شکاف بین قیمت‌های داخلی و خارجی بزرگتر است. ✓ ارزش افزوده صنعت 	$q(C_K, C_L, p_1 - p^*, p_2 - p^*)$ <p>C_L و C_K: کمک‌های لابی‌های طرفدار سرمایه و نیروی کار q: احتمال پیروزی در انتخابات (تعرفه با تعادل نش در بازی بین لابی‌ها تعیین می‌شود)</p>	کمک‌ها و مشارکت‌های انتخاباتی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ اندازه محصول (+) ✓ تمرکز صنعت (تعداد کارگاه‌های صنعتی) ✓ وزن درون‌زای منعکس‌کننده ترجیحات سیاستمداران بر رفاه صنعت یا رفاه کل (+) 	$t_i^{GH} = - \frac{(1 - \phi_i)X_i}{(a + \phi_i) \left(\frac{\partial m_i}{\partial t_i} \right)}$ <p>ϕ_i: کسری از جمعیت که متعلق به لابی i است.</p>	مشارکت سیاسی

منبع: مگنیکاس^۱ (۲۰۰۶)

براساس جدول ۱، ارزش افزوده یکی از عوامل مؤثر بر حمایت تعرفه‌ای در صنایع محسوب می‌شود. لازم به توضیح است که دولتها همواره مایل به حمایت از صنایع با ارزش افزوده بالا هستند، یعنی صنایع کارخانه‌ای که منابع درآمدی بیشتری را برای دولت فراهم کنند (آفونتسو، ۲۰۰۲). مشخصاً در صورت

افزایش ارزش افزوده بخش صنعت، درآمد مالیاتی دولت نیز افزایش می‌یابد که در واقع یک بازی برد-برد برای دولت و بخش صنعت است (چن و فنگ، ۲۰۰۰). مسلماً دولت با حمایت از چنین صنایعی می‌تواند به هدف افزایش درآمد خود که قسمت عمده آن را مالیات تشکیل می‌دهد دست یابد و در مقابل، صنایع نیز با جلب حمایت از جمله حمایت تعرفه‌ای به اهداف خود می‌رسند. متغیر دیگر مؤثر بر حمایت‌های تعرفه‌ای، نسبت تولید به واردات است. در این رابطه لازم به توضیح است که صنایع در رقابت با کالاها و محصولات وارداتی معمولاً خواهان حمایت دولتی هستند و به نظر می‌رسد، صنایع با نسبت تولید به واردات کمتر و با رقابت بین‌المللی شدیدتر نیازمند حمایت بیشتری هستند (هیلمن، ۱۹۸۲).^۱ همچنین، تعداد کم بنگاهها در یک صنعت و نسبت بالای تمرکز صنعتی از این جهت که قدرت چانه‌زنی صاحبان صنایع را بالا می‌برد، می‌تواند باعث افزایش تقاضای حمایت گردد. تعداد شاغلین صنعت نیز اثر مشابهی بر تقاضای حمایت تعرفه‌ای دارد (بالدوین و نیکود، ۱۹۸۵). از عوامل دیگر تأثیرگذار بر حمایت تعرفه‌ای، تجارت درون صنعت است. این متغیر از دو طریق بر حمایت تعرفه‌ای مؤثر است. اولاً با توجه به ماهیت تجارت درون صنعت که صادرات و واردات همزمان گروه کالاهای یکسان است و درگیر شدن هر دو جریان تجارت (صادرات و واردات)، با توسعه این نوع تجارت نیاز به حمایت کاهش می‌یابد (راسخی، ۲۰۰۸ و راسخی و قادری، ۱۳۹۰). ثانیاً با توجه به مدل کیو (۲۰۰۸)، بنگاهها ترجیح می‌دهند هزینه خودشان کاهش یابد تا اینکه هزینه بنگاههای خارجی افزایش پیدا کند. در این شرایط، ممکن است بنگاهها تمایلی به لابی برای افزایش تعرفه نداشته باشند. همچنین، با وجود تجارت درون صنعت، افزایش تعرفه به دلیل امکان عمل مقابله به مثل سایر کشورها به ضرر بنگاههای داخلی تمام می‌شود. بعلاوه، در صورت استفاده بنگاه از کالاهای واسطه‌ای وارداتی، افزایش تعرفه موجب افزایش هزینه تمام‌شده بنگاه می‌شود که البته مطلوب بنگاه نیست.

متغیر تعداد شاغلین براساس رویکردهای تشکیل تعرفه، ماشین افزایشگر و همچنین، رأی‌دهنده میانی که به نقش تعداد نیروی کار توجه دارند، در مدل وارد می‌شود. متغیر ارزش افزوده براساس رویکردهایی مانند گروههای فشار و ذینفع و کمک‌ها و مشارکتهای انتخاباتی که در آنها درآمد دولت از صنایع حائز مهم است، مورد توجه قرار می‌گیرد. متغیر تعداد کارگاه‌های صنعتی نیز در راهکارهای مشارکت سیاسی و گروههای فشار که به قدرت چانه‌زنی توجه دارند، در نظر گرفته می‌شود. به نقش تولید در راهکارهای تابع حمایت سیاسی و سیاست خارجی و همچنین، تئوری تجارت درون صنعت (که هر دو سمت واردات و صادرات را درگیر می‌کند) توجه می‌شود. بدین ترتیب، حمایت‌های تجاری در اقتصاد بطور درون‌زا تعیین می‌شود. در ادامه به آزمون عوامل تعیین‌کننده این حمایت می‌پردازیم.

۱. البته در اینجا همچون تحقیق حاضر، واردات کالاهای نهایی رقیب تولید داخل مدنظر است. در حالی که اعمال تعرفه بر کالاهای مورد نیاز صنعت داخلی موجب کاهش رقابت‌پذیری این صنایع و به ضرر آنها تمام می‌شود. در این شرایط، نسبت واردات (کالاهای مورد نیاز برای تولید صنعت) به تولید می‌تواند رابطه منفی با حمایت تعرفه‌ای داشته باشد.

۳. داده‌ها، تصریح و برآورد مدل

با توجه به مبانی نظری تحقیق، مدل مورد بررسی در مطالعه حاضر به صورت زیر است:

$$Tar_{it} = f(VAD_{it}, QM_{it}, N_{it}, EMP_{it}, IIT_{it}) \quad (۱)$$

$$Tar_{it} = f(VAD_{it}, QM_{it}, N_{it}, EMP_{it}, HIIT_{it}, VIIT_{it}) \quad (۲)$$

که در آن Tar_{it} شاخص حمایت تعرفه‌ای برای صنعت i در زمان t ، VAD_{it} ارزش افزوده صنعت i در زمان t ، QM_{it} نسبت ارزش تولید صنعت i به واردات مرتبط به آن صنعت در زمان t ، N_{it} تعداد بنگاههای صنعت i در زمان t ، EMP_{it} تعداد شاغلان صنعت i در زمان t و IIT_{it} شاخص تجارت درون صنعت i در زمان t است. همچنین، $HIIT_{it}$ و $VIIT_{it}$ به ترتیب تجارت درون صنعت افقی و عمودی صنعت i در زمان t است.

با توجه به اینکه نرخ تعرفه برای صنایع کارخانه‌ای ایران موجود نیست، نرخ تعرفه از کتاب مقررات صادرات و واردات کشور برای کدهای HS استخراج شده و سپس، این نرخ‌ها برای کدهای چهار رقم طبقه‌بندی ISIC محاسبه شده است.

ارزش افزوده صنایع مختلف به تفکیک کدهای ۴ رقمی ISIC از مرکز آمار ایران تهیه شده است. داده‌های مربوط به متغیر نسبت ارزش تولید به واردات و تعداد کارگاهها در صنایع مختلف به تفکیک کدهای ۴ رقمی ISIC از مرکز آمار ایران و گمرک جمهوری اسلامی ایران جمع‌آوری شده است. همچنین، برای اندازه‌گیری تجارت درون صنعت در سطح چهار رقم ISIC ابتدا داده‌های صادرات و واردات به تفکیک کدهای طبقه‌بندی HS از گمرک جمهوری اسلامی ایران تهیه گردیده و سپس به کدهای ۴ رقمی طبقه‌بندی ISIC تبدیل شده است. در ادامه، براساس شاخص موزون گروبل و لوید^۱، میزان تجارت درون صنعت به صورت زیر محاسبه شده است:^۲

$$IIT_{it} = \frac{(X_{it} + M_{it}) - |X_{it} - M_{it}|}{(X_{it} + M_{it})} \quad (۳)$$

همچنین، برای محاسبه میزان تجارت درون صنعت عمودی و افقی، از شاخص‌های زیر استفاده شده است:

$$HIIT_{it} = \frac{(X_{it}^H + M_{it}^H) - |X_{it}^H - M_{it}^H|}{(X_{it}^H + M_{it}^H)} \quad (۴)$$

$$VIIT_{it} = \frac{(X_{it}^V + M_{it}^V) - |X_{it}^V - M_{it}^V|}{(X_{it}^V + M_{it}^V)} \quad (۵)$$

1. Grubel and Lioyd

۲. برای مطالعه بیشتر درباره نحوه اندازه‌گیری تجارت درون صنعت به راسخی (۱۳۸۶) مراجعه کنید.

جدول ۲، نتایج برآورد مدل عوامل مؤثر بر حمایت‌های تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای ایران به روش اثرات ثابت^۱ را طی دوره زمانی ۱۳۸۶-۱۳۸۰ ارائه می‌کند. در این جدول، آزمون F-لیمر نشانگر تأیید روش داده‌های تابلویی و آزمون هاسمن^۲ نشانگر مناسب بودن روش اثرات ثابت است.

جدول ۲. نتایج برآورد مدل عوامل مؤثر بر حمایت‌های تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای ایران به روش اثرات ثابت طی دوره زمانی ۱۳۸۶-۱۳۸۰

متغیر وابسته: شاخص حمایت تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای			
متغیرهای مستقل	ضریب	آماره t	Prob
عرض از مبدأ	۶۷/۸۷۵۶	۱۵/۲۱۴۷	۰
تجارت درون صنعت کل	-۴/۹۹۰۹	-۲/۰۹۱۹	۰/۰۳۷۰
نسبت تولید به واردات	-۰/۱۷۰۰	-۲/۳۶۵۹	۰/۰۱۴۶
ارزش افزوده	۰/۰۱۱۱۱	۴/۷۵۰۹	۰
تعداد کارگاه‌های صنعتی	-۰/۳۷۵۳	-۱۰/۸۸۲۱	۰
تعداد شاغلین	۰/۰۰۰۸	۱/۸۹۷۱	۰/۰۵۸۴
R ^۲ =۰/۶۹ F-Statistic=۱۶/۱۸ Prob - F=۰			
آزمون	آماره	Prob	نتیجه آزمون
F-لیمر	۱۴/۶۳	۰	رد فرضیه صفر و تأیید روش داده‌های تابلویی
هاسمن	۹۶/۲۷۹۲	۰	رد فرضیه صفر و پذیرش روش اثرات ثابت

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

براساس نتایج جدول ۲، ضریب متغیر تجارت درون صنعت کل منفی و معنادار برآورد شده است. بدین ترتیب، با ثبات سایر شرایط، گسترش تجارت درون صنعت می‌تواند نیاز به حمایت‌های تعرفه‌ای را کاهش دهد. یافته اخیر دور از انتظار نیست چون این نوع تجارت هر دو سمت صادرات و واردات را بطور همزمان درگیر می‌کند. همچنین با فرض ثابت بودن سایر شرایط، افزایش نسبت تولید به واردات اثر منفی و معنادار بر حمایت تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای ایران دارد. این یافته نیز مطابق با انتظار است چون کاهش تولید به واردات (افزایش واردات به تولید) به معنای افزایش شدت رقابت برای صنایع داخلی بوده و تقاضای حمایت توسط این صنایع را افزایش می‌دهد. در مقابل، ضریب متغیر ارزش افزوده مثبت و معنادار بدست آمده است. این نتیجه نیز با نظریه‌های حمایت درون‌زا سازگار است. همچنین، از آنجا که دولت‌ها همواره مایل به حمایت از صنایع با ارزش افزوده بالا هستند که به تبع آن درآمد مالیاتی برای آنها به همراه دارد، این نتیجه دور از انتظار نیست. همچنین، تعداد بیشتر کارگاه‌های صنعتی به منزله قدرت چانه‌زنی بالاتر صنعت بوده و موجب افزایش حمایت تعرفه‌ای می‌شود. ولی نتایج این پژوهش بیانگر رابطه منفی و معنادار میان تعداد کارگاه‌های صنعتی و حمایت تعرفه‌ای است. این نتیجه

1. Fixed Effects
2. Hausman

با مطالعات فینگر و همکاران^۱ (۱۹۸۲) و اندرسون و بالدوین^۲ (۱۹۸۷) سازگار است. به نظر می‌رسد تعداد کارگاه‌های بیشتر مشکل سواری مجانی در سازماندهی لابی را افزایش می‌دهد که در این صورت انتظار کاهش حمایت وجود خواهد داشت. ضریب متغیر تعداد شاغلین اثر مثبت و معنادار بر حمایت تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای دارد. این یافته مطابق با مبانی نظری و تجربی است و با فرض ثابت بودن سایر شرایط، نشان می‌دهد صنایع کارخانه‌ای با تعداد بیشتر شاغلان فشار بیشتری برای گرفتن حمایت وارد می‌کنند. برای بررسی بیشتر و در ادامه، اثر تجارت درون صنعت به تفکیک انواع آن بر حمایت تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای ایران طی دوره زمانی ۸۶-۱۳۸۰ برآورد شده و نتایج بدست آمده در جدول ۳ گزارش شده است. نتایج مندرج در این جدول نیز با فرض ثبات سایر شرایط، اثر معکوس (انواع) تجارت درون صنعت و نسبت تولید به واردات بر حمایت تعرفه‌ای را تأیید می‌کنند. همچون مدل قبلی، این جدول نیز نشانگر اثر منفی و معنادار تعداد کارگاه‌های صنعتی بر حمایت تعرفه است. همچنین، می‌توان مشاهده کرد که با ثابت بودن سایر شرایط، تجارت درون صنعت و انواع آن بیشترین اثر مثبت را در مقایسه با سایر متغیرهای توضیحی بر حمایت تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای ایران دارند. همان‌طور که قبلاً توضیح داده شد، با وجود تجارت درون صنعت، بنگاهها ترجیح می‌دهند که با حرکت به سمت تجارت آزاد و کاهش تعرفه کشور خارجی، هزینه‌های خودشان را کاهش دهند تا اینکه با لابی برای تعرفه بالاتر، هزینه‌های بنگاه رقیب افزایش پیدا کند. در این شرایط، نیاز به لابی برای حمایت تعرفه‌ای کاهش می‌یابد.

جدول ۳. نتایج برآورد مدل عوامل مؤثر بر حمایت‌های تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای ایران به روش اثرات ثابت طی دوره زمانی ۱۳۸۶-۱۳۸۰

متغیر وابسته: شاخص حمایت تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای			
متغیرهای مستقل	ضریب	آماره t	Prob
عرض از مبدأ	۶۷/۲۱۹۰	۱۵/۶۴۵۸	۰
تجارت درون صنعت افقی	-۲/۴۹۴۸	-۲/۹۲۷۲	۰/۰۰۴۶
تجارت درون صنعت عمودی	-۰/۹۱۲۶	-۲/۳۳۵۰	۰/۰۲۰۰
نسبت تولید به واردات	-۰/۱۵۳۵	-۴/۳۲۷۶	۰/۰۰۳۴
ارزش افزوده	۰/۰۱۱۷۶	۵/۴۹۷۰	۰
تعداد کارگاه‌های صنعتی	-۰/۳۲۵۵	-۱۰/۰۲۷۰	۰
تعداد شاغلین	۰/۰۰۰۴۶	۲/۱۸۵۶	۰/۰۳۶۴
R ² =۰/۶۹ F-Statistic=۱۵/۴۴ Prob - F=۰			
نتیجه آزمون			
رد فرضیه صفر و تأیید روش داده‌های تابلویی	۰/۰۰۰۰	۴/۲۲۵۴	F-لیمر
رد فرضیه صفر و پذیرش روش اثرات ثابت	۰	۸۶/۹۷۹۱	هاسمن

منبع: محاسبات تحقیق

1. Finger, *et al*
2. Anderson and Baldwin

۴. خلاصه و نتیجه‌گیری

هدف اصلی مقاله حاضر، آزمون درون‌زایی تعرفه با تأکید بر تجارت درون صنعت است. برای این منظور، مدل داده‌های تابلویی عوامل تعیین‌کننده حمایت تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای ایران طی دوره زمانی ۱۳۸۶-۱۳۸۰ برآورد شده است. براساس نتایج تحقیق حاضر، فرضیه اثر منفی و معنادار تجارت درون صنعت و انواع آن بر حمایت تعرفه‌ای صنایع کارخانه‌ای مورد تأیید قرار گرفته است. بدین ترتیب، به نظر می‌رسد با فرض ثبات سایر شرایط، تجارت درون صنعت نیاز به حمایت تعرفه‌ای را کاهش می‌دهد. این موضوع با توجه به ماهیت تجارت درون صنعت و انتخاب تجارت آزاد توسط بنگاه حداکثرکننده سود قابل توجیه است.

همچنین براساس یافته‌های مطالعه حاضر، به نظر می‌رسد حمایت تعرفه‌ای در صنایع کارخانه‌ای ایران به صورت درون‌زا تعیین می‌شود. مشخصاً، با توجه به نتایج حاصل از برآورد مدل‌های منتخب در این پژوهش، اثر مثبت و معنادار ارزش افزوده بر حمایت تعرفه‌ای مورد تأیید قرار گرفته است. اثر منفی و معنادار تعداد کارگاه‌های صنعتی بر حمایت تعرفه‌ای در مدل‌های تحقیق نیز نشانگر واقعیت اخیر است. براساس این نتیجه که سازگار با مطالعات تجربی است، تعداد کارگاه‌های بیشتر مشکل سواری مجانی در سازماندهی لابی را افزایش می‌دهد که در این صورت کاهش حمایت دور از انتظار نخواهد بود. در مجموع و براساس نتایج بدست آمده در این تحقیق، توصیه می‌شود در صورت اتخاذ سیاست‌های حمایتی، این سیاست‌ها به بنگاه‌های با ارزش افزوده بالا سوق پیدا کند نه اینکه صرفاً به دلیل لابی صنعتی مورد توجه قرار بگیرند. همچنین، با توجه به اثر منفی و معنادار تجارت درون صنعت بر حمایت تعرفه‌ای، توصیه می‌شود این نوع تجارت مورد توجه و تأکید بیشتری قرار گیرد.

منابع

- داوری، حسین (۱۳۸۴)، بررسی عوامل مؤثر بر حمایت‌های تعرفه‌ای در تجارت خارجی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران.
- راسخی، سعید (۱۳۸۶)، «روش‌شناسی اندازه‌گیری تجارت درون صنعت: یک مطالعه موردی برای صنایع کارخانه‌ای ایران»، *مجله تحقیقات اقتصادی*، شماره ۸۱، ۸۴-۶۱.
- راسخی، سعید و قادری، سامان (۱۳۹۰)، «فرضیه تعدیل آرام: یک مطالعه موردی برای صنایع کارخانه‌ای ایران»، *فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران*، شماره ۴۸، صص ۱۰۸-۸۷.
- Afontsev, S. (2002), "Endogenous Tariff Protection and the Level of Trade Distortions in Russia", *The Economics Education and Research Consortium (EERC)*, Working Papers Series, No. 01/07.
- Anderson, K. and Baldwin, R. E. (1987), "The political market for protection in industrial countries", in *Protection, competition, integration and development: Essays in honor Hiroshi Kitamura*, Edited by Ali Al-Agraa, New York, Macmillan Publishing.
- Baldwin, R. E. and Robert-Nicoud, F. (2007), "Entry and Asymmetric Lobbying: Why governments pick losers", *Journal of the European Economic Association*, 5(5):1064-1093.
- Cadot, O.; de Melo, J. and Olarreaga, M. (1999), "Regional Integration and Lobbying for Tariffs against Non-Members", *International Economic Review*, 40, 635-657.
- Caves, R. (1976), "Economic models of political choice: Canada's tariff structure", *Canadian Journal of Economics*, 2, 104-127.
- Chen, B. and Feng, Yi (2000), "Openness and trade policy in China: An industrial analysis", *China Economic Review*, 11: 323-341.
- Findlay, R. J. and Wellisz, S. (1982), *Endogenous tariffs, the political economy of trade restrictions and welfare*, University of Chicago Press, 223-238.
- Finger, J. M.; Hall, H. K. and Nelson, D. (1982), "The Political Economy of Administered Protection", *American Economic Review*, 72, 452 - 466.
- Grossman, G. and Helpman, E. (1994), "Protection for Sale", *American Economic Review*, 84, 833-850.
- Hillman, A. (1982), "Declining Industries and Political-Support Protectionist Motives", *The American Economic Review*, 72, 55-71.
- Knetsch, J. L. (1989), "The Endowment Effect and Evidence of non-Reversible Indifference Curves", *American Economic Review*, 79, 1277-84.
- Magee, S.; Brock, W. and Young, L. (1989), *Black Hole Tariffs and Endogenous Policy Theory: Political Economy in General Equilibrium*, Cambridge University Press, 8, 70-91.
- Magnificus, R. (2006), Regional Integration and Endogenous Protection, Doctoral thesis. Erasmus University Rotterdam.
- Marvasi, E. (2013), "Protection for Sale, Monopolistic Competition and Variable Markups", MPRA Paper.
- Mayer, W. (1984), "Endogenous tariff formation", *The American Economic Review*, 74, 970-985.

Qiu, L. D. (2008), "Endogenous Lobbying Positions", *Review of International Economics*, 16(4), 641-653.

Rasekhi, S. (2008), "A Study of Intra Industry Trade in Agricultural Products of Iran", *American-Euroasian Journal of Agri & Environ Sci*, 2, 12-19.

Rodrik, D. (1986), "Tariffs, Subsidies, and Welfare with Endogenous Policy", *Journal of International Economics*, 1986, 21(3/4): 285-299.

Rodrik, D. (1995), "Political economy of trade policy", *Handbook of International Economics*, in: G. M. Grossman & K. Rogoff (ed.), Edition 1, Volume 3, Elsevier.

Ruffin, R. J. (1999), "The Nature and Significance of Intra-Industry Trade", *Federal Reserve Bank of Dallas, Working Paper*, 08/02.

Van Long, N. and Vousden, N. (1991), "Protectionist responses and declining industries", *Journal of International Economics*, 30, 87-103.

