

ارزیابی احتمال وقوع قیمت‌شکنی در منتخبی از صنایع ایران

محمدنبی شهیک‌تاش

عضو هیات علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان
mohammad_tash@yahoo.com

مهیم شهیک‌تاش

دانشجوی دکتری دانشگاه um
mohim_s_tash@yahoo.com

"صنایع شیمیایی" افزایش می‌یابد. همچنین احتمال رخ دادن دامپینگ در صنایع "مواد غذایی و آشامیدنی و دخانیات"، "صنایع کاغذ و محصولات کاغذی و صحافی" و "تولید محصولات کانی غیر فلزی به‌جز فرآورده‌های نفتی و زغال سنگ" در مقایسه با سایر صنایع بسیار کمتر است.

مقدمه

دامپینگ به عنوان یکی از نمونه‌های ناسالم رقابت در عرصه تجارت جهانی است. دامپینگ به‌عنوان یکی از متغیرهای رفتاری بازار شناخته می‌شود که ساختار و عملکرد بازار را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

دامپینگ به عنوان یک متغیر رفتاری منجر به افزایش درجه انحصار و سوق دادن بازار به سمت انحصار موثر می‌شود و چنین سیاستی منجر به کاهش سهم بازاری بنگاه‌های داخلی و متضرر نمودن آن‌ها می‌شود.

بر همین مبنا یکی از محورهای مهمی که در قانون رقابت کشورها به آن توجه می‌شود بحث دامپینگ و تدوین قانون

دامپینگ / آنتی‌دامپینگ / متغیرهای تاثیرگذار / سازمان تجارت جهانی (W.T.O)

چکیده

دامپینگ به‌عنوان یکی از رویه‌های غیررقابتی بازار است و بیانگر شرایطی است که در آن صادرات یک کالا با قیمتی کمتر از هزینه‌های تمام شده یا به عبارتی دیگر، فروش کالا در خارج به قیمتی کمتر از قیمت داخلی صورت می‌گیرد.

این مقاله در دو بخش تدوین شده است. در بخش اول به بررسی تاثیر آنتی‌دامپینگ و دامپینگ بر متغیرهای اقتصادی و همچنین شناسایی متغیرهای تاثیرگذار بر این دو متغیر و در بخش دوم به بررسی احتمال وقوع دامپینگ در صنایع منتخب ایران اشاره شده است.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد با فرض پذیرش میانگین نرخ تعرفه‌های اعمال شده به‌نگام عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی، احتمال دامپینگ در صنایع "تولید فلزات اساسی"، "صنایع ماشین‌آلات، تجهیزات، ابزار، محصولات فلزی" و

آنتی دامپینگ است. در قانون آنتی دامپینگ چارچوبی برای چگونگی برخورد مدنی با بنگاه‌های دامپینگ کننده وضع می‌شود تا به فضای رقابتی خدشه‌ای وارد نشود.

پیدایش قانون ضد دامپینگ (AD) دست‌کم به سال ۱۹۱۶ در ایالات متحده باز می‌گردد. کنگره ایالات متحده این قانون را در پاسخ به دامپینگ تخریبی آلمان که در طول جنگ جهانی اول اعلام شده بود طرح کرد. مسئله‌ای که در رابطه با قانون سال ۱۹۱۶ وجود داشت این بود که قانون یک قانون جنایی بود و اثبات مجرمیت نیز مشکل بود. بنابراین در سال ۱۹۲۱ کنگره یک قانون مدنی به تصویب رساند که عملکرد ضد دامپینگ ۱۹۲۱ نامیده شد. به واسطه این قانون اثبات مجرمیت بسیار سهل‌تر می‌گشت. قانون ۱۹۲۱ به دفعات مورد اصلاح قرار گرفت. با این وجود قانون موجود در کتاب‌های ایالات متحده اساساً همان قانون ۱۹۲۱ است. طبق این قانون تولیدکنندگان خارجی در صورت فروش محصولات به مبلغی پایین‌تر از بهای تولیدات و یا فروش در بازارهای داخلی در ازای مبلغی پایین‌تر از میزان متداول بازار داخلی مرتکب دامپینگ شده‌اند و در صورت محکومیت مجبور به پرداخت جریمه ضد دامپینگ می‌گردند که موجب پیامدهای منفی در بازار فروش پانزده سال آینده‌شان نیز خواهد شد.

قانون آنتی دامپینگ در سال ۱۹۲۱ و تصویب عملکرد توافقی تجاری در سال ۱۹۷۹ به وجود آمد. یکی از مهم‌ترین نکات افزوده شده در این قانون افزودن یک معیار سنجش خسارت بود. با گذشت زمان و فراگیر شدن آنتی دامپینگ تمامی کشورهای اتحادیه اروپا و اعضای سازمان تجارت جهانی قانون آنتی دامپینگ را به‌عنوان یکی از قوانین تجاری خود تصویب کردند.

قابل ذکر است که مطالعات اخیر صورت گرفته نشان می‌دهد که آنتی دامپینگ در شرایط کنونی به‌عنوان یکی از موانع ورود به بازارهای جهانی مطرح می‌شود. به عبارتی هدف از تدوین قانون آنتی دامپینگ در کشورها و طبق موافقت نامه‌های گات و سازمان‌های تجارت جهانی (W.T.O) حفظ فضای رقابت سالم در عرصه مراودات تجاری بود ولی در شرایط فعلی مطالعات نشان می‌دهد که برخی کشورها از این قانون به‌عنوان یک ابزار حمایتی

و حفاظتی استفاده می‌کنند، یعنی برای حفظ صنایع داخلی خود در قبال رقابت خارجی، بنگاه رقیب را به اتهام دامپینگ از بازار داخلی حذف می‌کنند.

با توجه به پیچیدگی قانون آنتی دامپینگ، بالا بودن هزینه دادرسی و مشکلات اجرائی در این زمینه، مشاهده می‌شود برخی بنگاه‌ها با این که چنین سیاستی را اتخاذ نکرده‌اند ولی تمایلی به دفاع از این اتهام را ندارند.

به عبارتی هم دامپینگ و هم آنتی دامپینگ در شرایط کنونی بستر رقابت ناسالم در عرصه تجاری را فراهم نموده است و بر این اساس محققین خواستار تدوین قوانین آنتی دامپینگ شده‌اند که زمینه سوءاستفاده را به حداقل برساند. نکته‌ای که حائز اهمیت است آن است که اکثر کشورهای جهان (و تمامی کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی) این قانون را برای حمایت از صنایع داخلی خود به رسمیت شناخته‌اند و کمتر کشوری در جهان مشاهده می‌شود که فاقد چنین قانونی باشد. لذا به دلیل جامع نبودن قانون آنتی دامپینگ نیاز است که قانون آنتی دامپینگ جامع و کاملی در ایران تدوین شود.

در این تحقیق برای کمک به تدوین قانون آنتی دامپینگ ابتدا به مهم‌ترین نکاتی که در قانون آنتی دامپینگ سازمان تجارت جهانی مد نظر بوده اشاره شده و در ادامه به بررسی و تحلیل اقتصادی آنتی دامپینگ پرداخته شده و بیان کرده‌ایم که آنتی دامپینگ چه تاثیری بر روی متغیرهای اقتصادی داشته و متغیرهای اقتصاد کلان چه تاثیری بر روی آنتی دامپینگ داشته‌اند. همچنین در این مقاله با تحلیل اجمالی در مورد صنایع ایران، به‌وسیله رویکرد احتمال تجربی به سنجش احتمال رخ دادن دامپینگ در صنایع ایران پرداخته شده است.

۱. قانون آنتی دامپینگ سازمان تجارت جهانی

تمامی کشورها در شرایط فعلی به‌هنگام تدوین قانون آنتی دامپینگ، چارچوب کلی سازمان تجارت جهانی را مبنا قرار می‌دهند. از مهم‌ترین نکاتی که در قانون آنتی دامپینگ سازمان تجارت جهانی مطرح شده می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱. در صورتی یک محصول دامپینگ است که قیمت صادراتی آن کمتر از قیمت اخذ شده برای همان نوع محصول در کشور صادرکننده (ارزش عادی کالا) باشد. به عبارتی در شرایطی که دامپینگ اعمال نمی‌شود $P_{us} = \frac{P_f}{e}$ است که P_{us} قیمت صادراتی و P_f قیمت داخلی کالا و e نرخ ارز است. حال اگر $P_{us} - \frac{P_f}{e} < 0$ باشد طبق قانون آنتی دامپینگ سازمان تجارت جهانی، دامپینگ رخ داده است. همچنین در بخش دیگری از این قوانین ذکر شده است که اگر کالایی کمتر از هزینه تولیدش فروخته شود کالای مزبور دامپینگ است.

۲. طبق قانون آنتی دامپینگ WTO حاشیه دامپینگ (MD) با توجه به تفاوت قیمت‌های صادراتی و داخلی صورت می‌گیرد و مبنای قیمت صادراتی قیمت FOB است. به عبارتی:

$$MD = P_{us}e - P_f$$

۳. طبق قانون آنتی دامپینگ WTO اگر حاشیه دامپینگ کمتر از دو درصد قیمت صادرات یا این که حجم واردات از کشوری خاص کمتر از سه درصد (هفت درصد در مورد چند کشور) واردات محصولات مشابه در کشور وارد کننده باشد، ناچیز تلقی می‌گردد. به عبارتی طبق این قانون حاشیه قابل اغماض دامپینگ به صورت زیر تعریف شده است:

جدول ۱- حاشیه قابل اغماض دامپینگ طبق قانون WTO

| موارد | حاشیه قابل اغماض دامپینگ |
|-------|--|
| الف | $P_{us}e - P_f < 0.02 P_{us}e$ $P_f > 0.98 P_{us}e$ |
| ب | $S_i = \frac{M_i}{\sum_{i=1}^n M_i} < 3\%$ |
| ج | $CR_K = \frac{\sum_{i=1}^k M_i}{\sum_{i=1}^n M_i} < 7\%$ |

۴. طبق قانون WTO بیان می‌شود در صورتی با دامپینگ برخورد می‌شود که ثابت شود لطمه جدی به صنعت داخلی وارد شده و دلیل آن واردات دامپینگ شده بوده است. همچنین این قانون متغیرهایی را برای ارزیابی خسارت تعریف کرده که عبارتند از:

متغیرها باید ثابت شود که ارتباط مستقیمی بین این متغیرها و ارزش واردات دامپ شده وجود دارد. همچنین این قانون اشاره می‌کند که هنگام سنجش این شاخص‌ها باید عوامل زیر ثابت باشند:

۱. کاهش تقاضا یا تغییرات در الگوی مصرف

۲. تحولات تکنولوژی

۳. بهره‌وری صنعت داخلی

با توجه به نکات مندرج در بالا می‌توان معیارهای ارزیابی دامپینگ بر مبنای قانون آنتی دامپینگ سازمان تجارت جهانی (W.T.O) را در جدول (۲) به صورت خلاصه نشان داد.

الف) کاهش واقعی یا بالقوه در فروش، سود و تولید.

ب) کاهش سهم بازاری، بهره‌وری و بازگشت سرمایه.

ج) داشتن تاثیر منفی بر اشتغال، موجودی سرمایه، دستمزد و رشد بنگاه.

د) اثرات واقعی بر جریان نقدینگی.

همچنین این قانون تاکید می‌کند که هنگام ارزیابی این

جدول ۲- معیارهای ارزیابی دامپینگ بر مبنای قانون آنتی دامپینگ سازمان تجارت جهانی (W.T.O)

| متغیرها | رابطه محاسباتی | ترمینولوژی |
|---|---|--------------------------|
| P_{us} = شاخص قیمت صادراتی کالای مد نظر P_f = شاخص قیمت داخلی کالای مد نظر e = نرخ ارز روز معامله (سلف) | $P_{us} - \frac{P_f}{e} < 0$ | معیار تشخیص آنتی دامپینگ |
| MD = حاشیه دامپینگ | $MD = P_{us} e - P_f$ | حاشیه دامپینگ |
| P_{us} = شاخص قیمت صادراتی کالای مد نظر P_f = شاخص قیمت داخلی کالای مد نظر e = نرخ ارز روز معامله (سلف) | $P_{us} e - P_f < 0.02 P_{us} e$ $P_f > 0.98 P_{us} e$ | حاشیه قابل اغماض دامپینگ |
| S_i = سهم واردات از کشور متهم به دامپینگ M_i = ارزش واردات | $S_i = \frac{M_i}{\sum_{i=1}^n M_i} < 3\%$ | حاشیه قابل اغماض دامپینگ |
| M_i = ارزش واردات K = تعداد کشورهای دامپ کننده N = تعداد کل کشورها | $CR_K = \frac{\sum_{i=1}^k M_i}{\sum_{i=1}^n M_i} < 7\%$ $K < N$ | حاشیه قابل اغماض دامپینگ |

منبع: بررسی پژوهش جاری بر مبنای قانون آنتی دامپینگ سازمان تجارت جهانی

تمام شده و هزینه نهایی تعریف نشده است.

۴. زمان بندی مناسبی برای جمع آوری اطلاعات، ترجمه اسناد و پر کردن پرسشنامه‌ها مشخص نشده است.

۵. هیچ مبنای نظری برای حاشیه قابل اغماض دامپینگ (که دو درصد قیمت صادراتی یا سه درصد واردات کل محصول یا هفت درصد تجمعی کشورهای دامپ کننده) وجود ندارد. برخی محققین معتقدند این سطح آستانه باید بیشتر شود. (یعنی افزایش حاشیه دامپینگ)

۶. پیچیده بودن مراحل تحقیقات و طولانی بودن زمان رسیدگی و دادرسی از مسائل دنیای واقعی بوده که هیچ راه حل اصولی برای رفع آن ارائه نشده است.

۷. در این قانون هیچ رویه مشخصی در مورد چگونگی دسترسی ذینفعان به اطلاعات محرمانه مشخص نشده است.

قابل ذکر است که اکثر محققین معتقدند که راهبردهای کلی سازمان تجارت جهانی در زمینه آنتی دامپینگ نسبتاً گنگ، کلی و مبهم است لذا بر عهده قانون گذار هر کشور می باشد که راهبردهای مطروحه را تفسیر نماید. در شرایط فعلی انتقادهای زیادی به چارچوب قانون آنتی دامپینگ سازمان تجارت جهانی وارد شده است که به مهم ترین موارد آن اشاره می کنیم.

۱. بسیاری از مفاهیم مطرح شده در چارچوب قانون آنتی دامپینگ سازمان تجارت جهانی مبهم هستند. برای مثال آزمون خسارت، سنجش حاشیه دامپینگ و ارزش عادی.

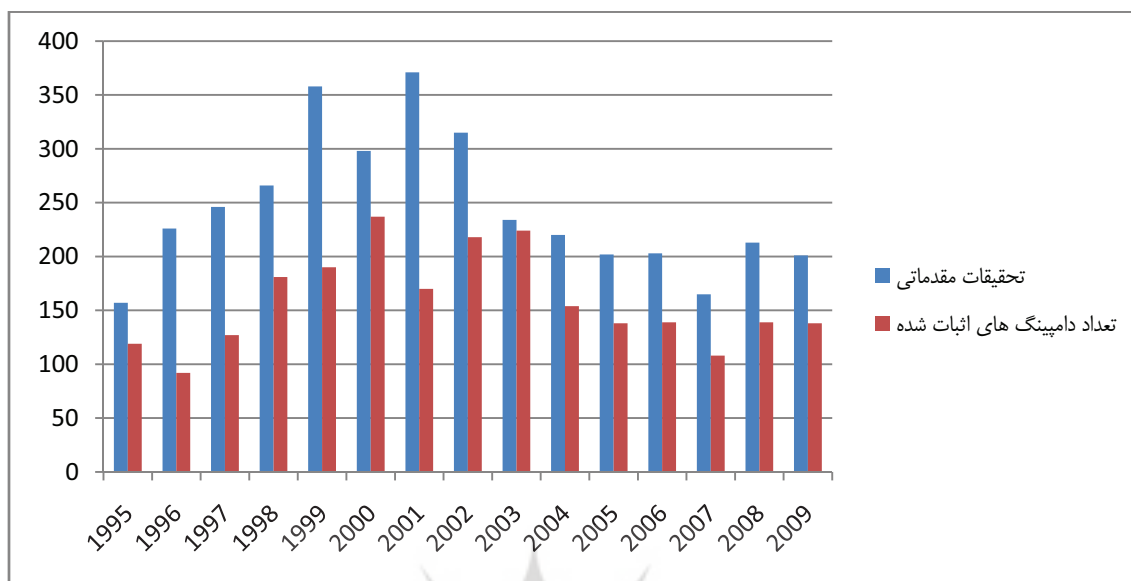
۲. شاخص های آماری مناسب برای سنجش میزان و حجم خسارت، حاشیه دامپینگ و غیره تعریف نشده است و هر کشور بسته به نظرات کارشناسان خود از معیارهایی استفاده می کند که ممکن است توأم با خطا باشد.

۳. سیستم حسابداری بین المللی مشخص برای سنجش بهای

۲. دامپینگ در جهان

با نگاهی به ارقام جهانی آنتی دامپینگ مشاهده می شود که در طول زمان دادخواست آنتی دامپینگ با نرخ قابل توجهی افزایش

یافته است. نمودار (۱) و جدول (۳) تعداد تحقیقات آنتی دامپینگ مقدماتی و نهایی شده در بین اعضای سازمان تجارت جهانی در فاصله سال های ۱۹۹۵-۲۰۰۹ را نشان می دهد:



Source: W.T.O(2010)

نمودار ۱- تعداد دامپینگ های مقدماتی و اثبات شده در فاصله سال های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۹

جدول ۳- تعداد دامپینگ های مقدماتی و اثبات شده در فاصله سال های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۹ بر مبنای کشورهای صادر کننده

| سال | ۱۹۹۵ | ۱۹۹۶ | ۱۹۹۷ | ۱۹۹۸ | ۱۹۹۹ | ۲۰۰۰ | ۲۰۰۱ | ۲۰۰۲ | ۲۰۰۳ | ۲۰۰۴ | ۲۰۰۵ | ۲۰۰۶ | ۲۰۰۷ | ۲۰۰۸ | ۲۰۰۹ | کل |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| تحقیقات مقدماتی | ۱۵۷ | ۲۲۶ | ۲۴۶ | ۲۶۶ | ۳۵۸ | ۲۹۸ | ۳۷۱ | ۳۱۵ | ۲۳۴ | ۲۲۰ | ۲۰۲ | ۲۰۳ | ۱۶۵ | ۲۱۳ | ۲۰۱ | ۳۶۷۵ |
| تعداد دامپینگ های اثبات شده | ۱۱۹ | ۹۲ | ۱۲۷ | ۱۸۱ | ۱۹۰ | ۲۳۷ | ۱۷۰ | ۲۱۸ | ۲۲۴ | ۱۵۴ | ۱۳۸ | ۱۳۹ | ۱۰۸ | ۱۳۹ | ۱۳۸ | ۲۳۷۴ |

منبع: سازمان جهانی تجارت (۲۰۱۰)

بیشترین استفاده کنندگان از قانون آنتی دامپینگ در جهان، کشورهای پیشرفته بوده اند. می توان از مهم ترین کشورهایی که از این قانون به صورت گسترده استفاده می کنند به استرالیا، کشورهای اتحادیه اروپا، کشورهای آفریقای جنوبی، آمریکا، آرژانتین و جمهوری کره اشاره نمود.

با نگاهی به نمودار (۱) مشاهده می شود که تعداد تحقیقات آنتی دامپینگ مقدماتی در بین اعضای W.T.O از ۱۵۷ مورد در سال ۱۹۹۵ به ۳۵۸ مورد در سال ۱۹۹۹ افزایش یافته و با یک کاهش در سال ۲۰۰۰ مجدداً در سال ۲۰۰۱ به ۳۷۱ مورد رسیده است. طبق مطالعات آماری صورت گرفته نتایج نشان می دهد که

همان‌طور که در جدول (۳) مشاهده می‌شود در فاصله سال‌های ۱۹۸۱ تا ۲۰۰۱ در حدود ۹/۴۳ درصد کل تحقیقات آنتی‌دامپینگ به چین مربوط بوده، به عبارتی طبق ادعای سازمان تجارت جهانی چین بزرگ‌ترین دامپ‌کننده تجاری بوده و بعد از آن آمریکا و کره به ترتیب با ۷/۵۵ و ۶/۸۲ درصد در جایگاه بعدی قرار دارند.

جدول ۳- مهم‌ترین کشورهای که هدف تحقیقات آنتی‌دامپینگ در فاصله ۱۹۸۱ تا ۲۰۰۱ قرار گرفته‌اند

| کشور | تعداد تحقیقات | درصد از کل |
|------------|---------------|------------|
| چین | ۴۲۲ | ۹.۴۳ |
| آمریکا | ۳۳۸ | ۷.۵۵ |
| جمهوری کره | ۳۰۵ | ۶.۸۲ |
| ژاپن | ۲۹۲ | ۶.۵۳ |
| تایوان | ۲۰۱ | ۴.۴۹ |
| آلمان | ۱۹۰ | ۴.۲۵ |
| برزیل | ۱۸۸ | ۴.۲۰ |
| انگلیس | ۱۱۸ | ۲.۶۴ |
| تایلند | ۱۱۶ | ۲.۵۹ |
| فرانسه | ۱۱۵ | ۲.۵۷ |
| ایتالیا | ۱۱۳ | ۲.۵ |
| هند | ۱۰۸ | ۲.۴۱ |

SOURCE: Zanardi(2004)

سوالی که مطرح می‌شود آن است که دلیل افزایش آنتی‌دامپینگ در جهان چیست؟ برای پاسخ به این سوال مطالعات متنوعی صورت پذیرفته است. اکثر این مطالعات نشان می‌دهد آزادسازی تجاری تاثیر قابل توجهی در رفتار قیمت‌گذاری بنگاه‌ها داشته است به طوری که سیاست قیمتی بنگاه‌های بزرگ در سال‌های اخیر در مقایسه با سال‌های (۱۹۴۷-۱۹۷۰) تغییر قابل توجهی یافته است. مطالعه لیونسون در ترکیه، هاریسن (۱۹۹۴) در شیلی، کریشنا و میترا (۱۹۹۸) در هند نشان می‌دهد که با آزادسازی تجاری در این کشورها قیمت‌گذاری مارک آپ بنگاه‌های اقتصادی در این کشورها به طور چشمگیری در مقایسه با قبل از به‌کارگیری چنین سیاستی تغییر یافته است. کریشنا و

میترا بیان می‌کنند که در فضای آزادسازی تجاری، بنگاه‌های اقتصادی برای حفظ سهم بازاری خود در بازارهای هدف خود مجبورند که سیاست قیمت‌گذاری آنتی‌دامپینگ را دنبال کنند زیرا در چنین فضایی درجه رقابت در بازارهای جهانی افزایش یافته و بنگاه‌ها باید سیاست‌های رفتاری موفق‌تری داشته باشند تا بتوانند در بازار جهانی حیات داشته باشند.

کیور و داموت (۲۰۰۴) بیان می‌کنند که کاهش موانع تعرفه‌ای از اواسط سال‌های ۱۹۸۰ باعث شد که کشورها برای ایجاد مانع ورود برای بنگاه‌های رقیب از موانع غیرتعرفه‌ای (NTBs) استفاده کنند.

قابل ذکر است که در شرایط فعلی یکی از مهم‌ترین موانع غیر تعرفه‌ای برای حمایت از صنایع داخلی در رقابت تجاری بین‌المللی، سیاست آنتی‌دامپینگ می‌باشد. عملاً چون بنگاه‌های صادرکننده (به‌خصوص بنگاه‌های صادرکننده در کشورهای حال توسعه) توانایی فنی، تکنیکی و مالی لازم برای اثبات این ادعا که سیاست قیمت‌گذاری دامپینگ را دنبال نکرده‌اند را ندارند از بازار کشور واردکننده خارج می‌شوند. موفقیت چنین سیاستی برای حذف رقبا (به‌خصوص از سوی کشورهای پیشرفته) منجر به افزایش آنتی‌دامپینگ در جهان شده است.

در مجموع می‌توان گفت از اواخر دهه ۱۹۷۰ این قوانین بیشتر نقش حمایت‌گرانه داشته‌اند، به این معنی که بنگاه‌ها و تولیدکنندگان داخلی به‌منظور ایجاد مانع بر سر راه رقبای خارجی از این ابزار استفاده نموده‌اند.

پیش از شکل‌گیری سازمان تجارت جهانی تعداد اندکی از کشورها از این قوانین برای حذف رقبا استفاده می‌کردند. اما قوانین WTO همه اعضا را ملزم به داشتن حداقل شکلی از قانون آنتی‌دامپینگ کرد. این احتمال وجود دارد که اکثریت کشورهای عضو WTO از این قوانین استفاده می‌کنند، زیرا این مقررات بهترین و موثرترین راه برای دور نگه داشتن رقبای خارجی به حساب می‌آید. مک گی و بلاگ (۲۰۰۰) بیان می‌کنند زمانی این قوانین ابزاری برای ایجاد بستر رقابت بودند اما اکنون این قوانین خود زمینه‌ساز شکل‌گیری رقابت ناسالم و از بین بردن رقابت شده‌اند.

۳. تاثیر متغیرهای اقتصادی بر آنتی دامپینگ (AD)

در تدوین قانون آنتی دامپینگ باید تعریف شفافی از تمام متغیرهای تاثیرگذار بر آن ارائه شود. به همین دلیل در این بخش به شناسایی متغیرهای تاثیرگذار بر دامپینگ که در نهایت به اتخاذ سیاست آنتی دامپینگ منجر می شود، می پردازیم. برای شناسایی بهتر این متغیرها و ارزیابی تاثیرات آن، به بررسی مهم ترین مطالعات در این زمینه می پردازیم.

فینبرگ (۲۰۰۴) با بهره گیری از مطالعات پرساوانتر (۲۰۰۰) و با استفاده از تکنیک رگرسیون دو جمله ای منفی به بررسی متغیرهای تاثیرگذار بر آنتی دامپینگ پرداخت. از مهم ترین نتایجی که وی در تحقیق خود به آن دست یافت می توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱. رابطه مثبتی بین رشد GDP و احتمال رخ دادن آنتی دامپینگ وجود دارد.

۲. ده درصد افزایش در ارزش پول داخلی (ارزش دلار) منجر به ۱۳ درصد افزایش آنتی دامپینگ توسط بنگاه های اقتصادی در آمریکا شده است.

پرساوانتر (۲۰۰۰) در بررسی خود به این نتیجه رسید که نوسانات نرخ ارز واقعی در دامپینگ موثر است. این دو با بررسی قوانین ضد دامپینگ چهار کشور (برزیل، ژاپن، مکزیک، کره) در طی دوره ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۸ نشان دادند که نرخ واقعی ارز و رشد تولید ناخالص داخلی هر دو از نظر آماری تاثیر مهمی در موارد ثبت شده ضد دامپینگ داشته است.

بسنان و لئو (۱۹۸۲) در کار تحقیقاتی خود به دنبال شناسایی عوامل موثر بر آنتی دامپینگ در جهان بودند. این دو مهم ترین دلایل و متغیرهای تاثیرگذار بر آنتی دامپینگ در جهان را موارد زیر مطرح کردند:

• تفاوت سطح در آمدی بین کشورها.

• کاهش ارزش نرخ ارز (تضعیف پول داخلی).

فینبرگ (۲۰۰۴) به این نتیجه رسید که الگوی تقاضا، شرایط اقتصادی (رکود و رونق) و کاهش یا افزایش نرخ ارز، تاثیر قابل توجهی در دامپینگ و اتخاذ سیاست آنتی دامپینگ دارد.

وی بیان می کند در شرایطی دامپینگ رخ می دهد که

$$P_{us} - \frac{P_f}{e} < 0 \text{ باشد. } (P_{us} \text{ قیمت صادراتی، } P_f \text{ قیمت داخلی}$$

و e نرخ ارز است) در شرایطی که تقاضای داخلی افزایش یابد در این صورت طبق قانون عرضه و تقاضا در اقتصاد انتظار بر آن است که قیمت داخلی افزایش یابد. در نتیجه احتمال رخ دادن دامپینگ در چنین شرایطی کم است، به همین خاطر در چنین شرایطی حاشیه دامپینگ برای ارزیابی دامپینگ و اتخاذ سیاست آنتی دامپینگ مناسب نیست. به همین دلیل در قانون آنتی دامپینگ سازمان تجارت جهانی بیان می شود که باید به تغییر الگوی تقاضا در حین ارزیابی دامپینگ حتما توجه شود.

همچنین شرایط رونق و رکود اقتصادی می تواند ما را به نتیجه اشتباه در مورد دامپینگ و اتخاذ آنتی دامپینگ برساند. برای مثال در شرایطی که رکود در اقتصاد حاکم باشد در چنین شرایطی بنگاه صادرکننده برای حفظ سهم بازار خود مجبور است که قیمت صادراتی را کاهش دهد و در چنین شرایطی احتمال این که بنگاه متهم به دامپینگ شود افزایش می یابد.

همچنین تغییرات نرخ ارز طبق تحلیل فینبرگ می تواند نتیجه ارزیابی در مورد دامپینگ و اتخاذ سیاست آنتی دامپینگ را تغییر دهد. برای مثال در شرایطی که نرخ ارز کاهش می یابد احتمال این که شرکتی (که حتی دامپینگ انجام داده) مبری شود افزایش می یابد، یعنی بنحوی خطای نوع اول و دوم در سیاست گذاری و ارزیابی دامپینگ رخ داده است.

که هر یک از عوامل فوق اگر به آن توجه نشود منجر به اخذ سیاست آنتی دامپینگ خواهد شد. به همین دلیل گفته می شود متغیرهای فوق در اتخاذ آنتی دامپینگ تاثیر دارند.

لیدی (۱۹۹۷) دریافت که کاهش تولید ناخالص داخلی واقعی منجر به افزایش آنتی دامپینگ و درخواست عوارض جبرانی برای آمریکا در فاصله سال های ۱۹۸۰-۱۹۹۵ شده است. همچنین وی به این نتیجه رسید که افزایش ارزش واقعی دلار منجر به افزایش آنتی دامپینگ در آمریکا شده است.

به طور کلی می توان نتایج حاصل از مطالعات صورت گرفته توسط فینبرگ (۲۰۰۴)، پرساوانتر (۲۰۰۰)، لیدی (۱۹۹۷) و مونتاد (۱۹۹۹) در مورد تعیین متغیرهای تاثیرگذار بر دامپینگ را در

جدول ۵- تعیین متغیرهای تاثیرگذار بر دامپینگ

| شرح | متغیر | توضیحات |
|--|-------------------------------------|--|
| متغیرهای اقتصادی که بر دامپینگ تاثیر داشته‌اند. | نرخ تعرفه | کشورهایی که دارای میانگین نرخ تعرفه موزون کمتری هستند بیشتر با مشکل دامپینگ روبه‌رو بوده‌اند. |
| | درجه باز بودن اقتصاد | کشورهایی که درجه باز بودن اقتصاد در آن‌ها بالاتر بوده بیشتر با مشکل دامپینگ روبه‌رو بوده‌اند. |
| | رشد اقتصادی کشور | کشورهایی که رشد اقتصادی در آن‌ها بالا است بیشتر با مشکل دامپینگ روبه‌رو بوده‌اند. |
| متغیرهایی که به ارزیابی نادرست و اشتباه در مورد دامپینگ منجر می‌شود. | سیکل‌ها و ادوار تجاری (رکود و رونق) | اکثر محققین معتقدند هنگامی که بخواهیم بررسی کنیم که آیا دامپینگ رخ داده است یا خیر، نیاز است به تغییرات چهار متغیر مزبور توجه شود، زیرا عدم توجه به این متغیرها به‌طور قطع باعث ارزیابی نادرست می‌شود. |
| | تغییرات الگوی تقاضا و مصرف | |
| | بهره‌وری صنعت داخلی | |
| | تغییرات تکنولوژی | |
| | نرخ ارز و نوسانات آن | |

منبع: بررسی پژوهش جاری (۱۳۸۹)

موجب اخلال در تخصیص بهینه منابع بین‌المللی شده و تولید را از گردونه مزیت نسبی دور ساخته است، زیرا منجر به انتقال تولید از تولیدکنندگان کارا تر خارج از اتحادیه به تولیدکنندگان داخلی اتحادیه (که از کارایی کمتری برخوردارند) شده است.

وندن بوشه (۲۰۰۰) با طراحی یک مدل انحصار دو جانبه کورنویی (برای دو دوره زمانی) به دنبال بررسی تاثیرات سیاست ضد دامپینگ بر رفاه داخلی بود. وی در این تحقیق به این نتیجه رسید که سیاست ضد دامپینگ اروپا و ضد دامپینگ آمریکا دارای تفاوت‌هایی است. وی همچنین با مبنای قرار دادن متغیرهایی مانند رفاه، ارزش افزوده داخلی و اشتغال نتیجه گرفت که سیاست ضد دامپینگ آمریکا کارا تر از سیاست ضد دامپینگ اروپا بوده است. همچنین به‌طور ضمنی می‌توان از این تحقیق نتیجه گرفت که اتخاذ آنتی دامپینگ در کوتاه‌مدت منجر به کاهش رفاه مصرف کنندگان و افزایش مازاد رفاه تولیدکنندگان می‌شود. نتایج این مطالعه که برای آمریکا صورت گرفته نشان داد کشورهایی که واردات از آن‌ها صورت می‌گرفته، آنتی دامپینگ تاثیر منفی معنی داری بر ارزش واردات از آن کشورها داشته است.

بنتون (۲۰۰۱) نیز این مدل را برای اتحادیه اروپا برآزش کرد

۴. تاثیر سیاست‌های آنتی دامپینگ بر متغیرهای اقتصادی

در تدوین یک قانون باید ارزیابی شود اتخاذ یک سیاست و اجرای یک قانون چه پیامدهایی به دنبال دارد. بر این مبنای در این بخش به دنبال بررسی این مساله هستیم که اجرای سیاست آنتی دامپینگ چه تاثیر بروی متغیرهای اقتصادی خواهد داشت. در این زمینه مطالعات متنوعی توسط فینبرگ (۲۰۰۴)، کانینگ و وندن بوشه (۲۰۰۲)، لونستی (۲۰۰۳)، پرسا و نتر (۲۰۰۰)، پرسا (۱۹۹۶ و ۲۰۰۰)، مونتاد (۲۰۰۰)، والگریز و وندون بوشه (۱۹۹۹)، استیگلیز (۱۹۹۶)، فلن، بلون و گالوی (۱۹۹۶)، تلو (۱۹۹۶)، تار و ملو (۱۹۹۰)، دیکست (۱۹۸۸)، رتیز (۱۹۹۳)، آندرسون (۱۹۹۲)، فیشر (۱۹۹۲) و والکو و استیگر (۱۹۸۹) صورت گرفت. هر یک از محققین به نتایج مهمی دست یافتند که در ادامه به نتایج به دست آمده از این مطالعات می‌پردازیم.

برنتون (۲۰۰۰) در مطالعه خود به این نتیجه رسید که سیاست ضد دامپینگ اتحادیه اروپا منجر به انحراف تجاری شده است. بنابراین انحراف تجاری حاصل از اعمال آنتی دامپینگ

که دقیقاً نتیجه مطالعه پرسا را تایید می‌نمود. به عبارتی تعرفه تاثیر منفی معنی‌داری روی واردات از کشورهای دامپ‌کننده داشته است. قابل ذکر است که مطالعه صورت گرفته توسط پرسا بعدها به وسیله نیکل، کیوت، گرین، آندرسون و هاشیو به دلیل تورش برآوردی و انتخاب نادرست متد اقتصاد سنجی مورد انتقاد قرار گرفت. این محققین معتقد بودند که به دلیل در نظر گرفتن وقفه‌های زمانی در معادله پرسا باید از تکنیک GMM استفاده می‌شد.

فلن، بلون و گالوی (۱۹۹۶) در کار مطالعاتی خود یک مدل‌ولوژی جدید برای سنجش اثرات قوانین آنتی‌دامپینگ ارائه نمودند. این سه نفر از روش تعادل عمومی قابل محاسبه (C.G.E) استفاده کردند و زیان حاصل از اثرات رفاهی، اشتغال و تراز پرداخت‌ها در اقتصاد آمریکا به واسطه اتخاذ سیاست ضد دامپینگ و عوارض جانبی را مورد سنجش قرار دادند. این سه در کار خود رابطه زیر را طراحی کردند:

$$P_D = e(1 + (\pi_0 - p))P_w$$

که P_D قیمت کالاهای وارداتی در بازار داخلی، P_w قیمت جهانی کالای وارد شده e نرخ ارز و π_0 حاشیه آنتی‌دامپینگ نسبت به قیمت زمان رسیدگی و p نسبت قیمت افزایش یافته توسط بنگاه خارجی در نتیجه وجود قانون آنتی‌دامپینگ است.

مسلین (۱۹۹۰) در بررسی قوانین آنتی‌دامپینگ به این نتیجه رسید که هدف قوانین آنتی‌دامپینگ احتراز از به وجود آمدن انحصار در بازار توسط تولیدکننده خارجی است. وی در مطالعه خود به این نتیجه رسید که در عمل، اقدامات آنتی‌دامپینگ، بستر ایجاد کارتل توسط تولیدکنندگان داخلی را به وجود آورده است.

آجوسین و همکاران (۱۹۹۰) در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که با وضع سور شارژهای تعرفه‌ای یا اجبار رقباتی خارجی به بالا بردن قیمت‌های خود (از طریق آنچه بنام تعهدات قیمتی موسوم می‌باشد) اقدامات آنتی‌دامپینگ به نحوی چشمگیر سبب شده است که درجه رقابت در تعدادی از صنایع کشورهای توسعه یافته کاهش یابد (نظیر فولاد، محصولات شیمیایی و مصنوعات الکترونیکی).

به علاوه، مقررات ضد دامپینگ در مواردی به حمایت از رفتار

سود جویانه بنگاه‌ها در کشورهایی که این مقررات را اعمال نموده‌اند منجر شده است.

از مهم‌ترین مطالعات دیگر که به بررسی تاثیر آنتی‌دامپینگ بر متغیرهای اقتصادی پرداخته‌اند می‌توان به اجمال به مطالعات زیر اشاره نمود.

وندن بوشه و والگریز (۱۹۹۹) در بررسی خود با مبنا قرار دادن تبنای ضمنی به بررسی تغییرات ساختار بازار به واسطه اعمال ضد دامپینگ و همچنین درجه رقابت پرداختند.

استیگلیز (۱۹۹۶) نیز طی یک بررسی بیان کرد که اساساً هیچ رابطه‌ای بین ملاحظات رفاهی جامعه و حمایت دولت از طریق ابزار سیاسی ضد دامپینگ وجود ندارد.

تلو (۱۹۹۶) در کار مطالعاتی خود به دنبال بررسی منافع حاصل از قوانین آنتی‌دامپینگ برای کشورهای توسعه یافته بود. وی در کار خود یک مدل دامپینگ بر مبنای مزیت نسبی طراحی کرد و بر مبنای آن، قوانین WTO را برای کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته مورد ارزیابی قرار داد.

تاروملو (۱۹۹۰) با استفاده از تغییرات معادل (EV) میزان رفاه از دست رفته به واسطه اتخاذ سیاست ضد دامپینگ را مورد سنجش قرار دادند. یعنی حساب کردند که چه میزانی به افراد جامعه بپردازیم تا مطلوبیت قبل از محدودیت برای آن‌ها ثابت بماند.

اسمیت و کاکاسی (۱۹۸۷) در بررسی خود با اثبات این موضوع که مبنا قرار دادن تعادل جزئی برای تحلیل اثرات ضد دامپینگ و عوارض جبرانی، ما را به یک نتیجه توأم با خطا می‌رساند، الگوی تعادل عمومی را پیشنهاد دادند و بیان کردند که اگر چه تاثیر آنتی‌دامپینگ در یک صنعت خاص بررسی می‌شود ولی واقعیت آن است که ما باید به بخش‌های بالا دستی و پایین دستی که تحت تاثیر آن قرار می‌گیرند نیز توجه کنیم.

والکو و استیگر (۱۹۸۹) به این نتیجه رسیدند که اتخاذ آنتی‌دامپینگ (وضع کردن تعرفه‌ها) منجر به کاهش میل تبنای برای بنگاه‌های خارجی در بازار داخلی می‌شود.

به طور اجمال می‌توان نتایج حاصل از مطالعات فینبرگ (۲۰۰۴)، کانینگ و وندن بوشه (۲۰۰۲)، لونسیتی (۲۰۰۳)، پرسا و نتر (۲۰۰۰)، پرسا (۱۹۹۶ و ۲۰۰۰)، مونتاد (۲۰۰۰)، والگریز و وندون

بوشه (۱۹۹۹)، استیگلیز (۱۹۹۶)، فلن، بلون و گالوی (۱۹۹۶)، آندرسون (۱۹۹۲)، فیشر (۱۹۹۲) و والکو و استیگر (۱۹۸۹) را در
 تلو (۱۹۹۶)، تار و ملو (۱۹۹۰)، دیکست (۱۹۸۸)، رتیز (۱۹۹۳)، جدول (۶) خلاصه نمود.

جدول ۶- خلاصه‌ای از نتایج مطالعات صورت گرفته در مورد تاثیر دامپینگ و آنتی دامپینگ بر متغیرهای اقتصادی

| توضیحات | تاثیر | متغیر | تاثیر دامپینگ و آنتی دامپینگ |
|---|--------|-------------------------------------|--|
| - | کاهش | قدرت بازاری بنگاه‌های اقتصادی داخلی | متغیرهایی که دامپینگ بر آنها اثر گذاشته است. |
| - | کاهش | قیمت‌گذاری بنگاه‌های داخلی | |
| به دلیل افزایش سهم بازاری کشور(های) دامپ‌کننده درجه تمرکز (درجه انحصار) افزایش یافته است. | افزایش | درجه تمرکز (درجه انحصار) | |
| - | افزایش | موانع ورود | |
| - | کاهش | ارزش افزوده داخلی | |
| - | کاهش | اشتغال | |
| - | کاهش | تراز پرداخت‌ها | |
| - | افزایش | رفاه داخلی | |
| انحراف تجاری هنگامی به وجود می‌آید که سهم بازاری تولیدکنندگان کارا تر به تولیدکنندگان ناکارا تر منتقل شود. | افزایش | انحراف تجاری | متغیرهایی که آنتی دامپینگ بر آنها اثر داشته است. |
| - | کاهش | رفاه داخلی | |
| نتایج اکثر تحقیقات نشان می‌دهد که با وضع قانون آنتی دامپینگ چون ورود کالاهای رقیب به داخل کشور ممنوع می‌شود سهم بنگاه‌های بزرگ داخلی افزایش یافته و در نتیجه درجه تمرکز بازار افزایش می‌یابد. | افزایش | درجه تمرکز (درجه انحصار) | |
| به دلیل محدودیت‌هایی که قانون آنتی دامپینگ بر واردات بنگاه‌های خارجی اعمال می‌نماید، موانع ورود برای بنگاه‌های رقیب خارجی افزایش می‌یابد. | افزایش | موانع ورود | |
| - | افزایش | تبانی وائتلاف بنگاه‌های داخلی | |
| - | افزایش | ارزش افزوده داخلی | |
| - | افزایش | اشتغال | |
| - | کاهش | حجم واردات کشورهای دامپ‌کننده | |
| - | افزایش | تراز پرداخت‌ها | |
| - | افزایش | قیمت‌گذاری بنگاه‌های داخلی | |

منبع: بررسی پژوهش جاری (۱۳۸۹)

۵. تاثیر دامپینگ بر صنایع کشور ایران

بی‌شک ایران با عضویت در سازمان تجارت جهانی (W.T.O) باید ساختارهای اقتصادی خود را تغییر دهد. یکی از متغیرهای ساختاری، آزاد سازی تجاری و به حداقل رساندن موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای است و بدون شک با به حداقل رساندن تعرفه‌ها، عوارض گمرکی و سود بازرگانی با شرایط دامپینگ در بازارهای داخلی به‌وفور روبه‌رو خواهد بود. لذا شرکت‌های تولیدی ایرانی باید بدانند که رقابت در چه صنایعی بالا است و در چه صنایعی احتمال رخ دادن دامپینگ بیشتر است. لذا در این بخش به

معرفی صنایعی می‌پردازیم که بیشترین دامپینگ در آن صورت گرفته است. همان‌طور که در جدول (۷) مشاهده می‌شود بیشترین دامپینگ صورت گرفته در جهان در فاصله سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۹ مربوط به تولیدات فلزی و پس از آن محصولات شیمیایی و پتروشیمی، پلاستیک و کائوچوی صنعتی، تولیدات الکتریکی و الکترونیکی، تولیدات نساجی و محصولات چوبی بوده است. لذا تولیدکنندگان ایرانی در سال‌های آتی با احتمال زیاد با مشکل دامپینگ در این بخش‌ها بیشتر روبه‌رو خواهند بود.

جدول ۷- تعداد دامپینگ‌های مقدماتی صورت گرفته در فاصله ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۹ میلادی در جهان

| صنایع تولیدی بر مبنای طبقه‌بندی HS | ۲۰۰۰ | ۲۰۰۱ | ۲۰۰۲ | ۲۰۰۳ | ۲۰۰۴ | ۲۰۰۵ | ۲۰۰۶ | ۲۰۰۷ | ۲۰۰۸ | ۲۰۰۹ |
|------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| محصولات شیمیایی و پتروشیمی | ۶۲ | ۶۷ | ۹۶ | ۷۰ | ۴۹ | ۳۷ | ۳۷ | ۵۳ | ۳۴ | ۴۷ |
| پلاستیک و کائوچوی صنعتی | ۲۴ | ۵۶ | ۴۲ | ۲۵ | ۴۴ | ۳۷ | ۲۷ | ۱۶ | ۲۱ | ۲۹ |
| محصولات چوبی | ۵ | ۴ | ۱ | ۱۱ | ۱۱ | ۳ | ۲ | ۱ | ۹ | ۷ |
| محصولات تولید کاغذ و مقوا | ۵ | ۷ | ۷ | ۲۰ | ۸ | ۶ | ۱۷ | ۱۹ | ۲ | ۶ |
| صنایع نساجی | ۱۷ | ۲۷ | ۷ | ۱۴ | ۲۱ | ۲۷ | ۱۷ | ۱۱ | ۳۹ | ۲۰ |
| محصولات کیف و کفش | ۳ | ۲ | ۳ | - | - | ۴ | ۳ | - | ۱ | ۳ |
| محصولات گچ، سنگ، شیشه و سفال | ۶ | ۶ | ۱۱ | ۱۱ | ۸ | ۱۰ | ۱۲ | ۳ | ۴ | ۹ |
| تولیدات فلزات اساسی | ۱۱۰ | ۱۳۸ | ۹۶ | ۵۳ | ۳۸ | ۳۸ | ۳۲ | ۲۴ | ۶۵ | ۴۴ |
| تولیدات الکتریکی و الکترونیکی | ۳۰ | ۲۴ | ۹ | ۱۴ | ۱۶ | ۱۷ | ۲۹ | ۲۸ | ۱۶ | ۲۱ |
| وسائط نقلیه موتوری و هواپیما | ۷ | - | ۲ | ۱ | ۲ | ۴ | ۲ | ۱ | ۳ | ۳ |
| سایر محصولات | ۷ | ۵ | ۱۱ | ۲ | ۳ | ۹ | ۶ | ۲ | ۵ | ۳ |

SOURCE: W.T.O (2010)

ارتفاع موانع ورود در بازارهای وسائط نقلیه، تولیدات الکترونیکی، پزشکی شیمیایی و فلزات اساسی بسیار بیشتر از سایر بخش‌هاست. [۲]

۳. بجز صنایع تولید محصولات کانی غیر فلزی بقیه صنایع کشور در کمتر از سطح بهینه تولید فعالیت می‌کنند. به عبارتی می‌توان گفت اکثر صنایع کشور توان بهره‌برداری از منافع هزینه‌ای را به‌طور کامل ندارند. [۳]

۴. صنایع تولید منسوجات، پوشاک و چرم، صنایع شیمیایی و

قبل از آنکه به بررسی تاثیر دامپینگ بر صنایع ایران بپردازیم نیاز است به‌صورت اجمال به بررسی مهم‌ترین ویژگی‌های صنایع ایران بپردازیم.

۱. تمرکز شدید (قدرت انحصاری) بر بازارهای صنعتی ایران حاکم بوده و سهم عمده بازار در اختیار محدودی از بنگاه‌ها می‌باشد و بیش از ۷۵ درصد بازارهای صنعتی ایران دارای ساختار انحصار موثر است. [۱]

۲. موانع ورود در بازارهای صنعتی ایران بسیار زیاد است و درجه

صنایع تولید محصولات کانی غیرفلزی جزو صنایع سودآور کشور بوده‌اند و سایر صنایع تولیدی کشور یا زیان‌ده یا در نقطه سر به سر تولید می‌کنند. [۴]

۵. مطالعات نشان می‌دهد که پس از الحاق به WTO تنها زیر بخش صنایع محصولات شیمیایی از توان رقابت در بازار جهانی بر خوردار است و سایر زیر بخش‌ها متضرر خواهد شد و وضعیت تراز تجاری بخش صنعت روند نامطلوبی خواهند داشت. [۵]

همان طور که مشاهده شد در مجموع صنعت ایران در شرایط فعلی چندان جایگاه مناسبی ندارد و در بسیاری از بخش‌های تولیدی با زیان و ناکارایی روبه‌رو است. همان طور که مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهد با عضویت ایران در WTO اگر روند فعلی در بخش صنعت ادامه داشته باشد بدون شک اکثر صنایع کشور حتی در ایده‌آل‌ترین شرایط (که شرایط رقابت موثر در بازار حاکم باشد و بنگاه‌های رقیب رفتارهای بازرگانی و تجاری غیر منصفانه (مانند دامپینگ) را اعمال نکنند) از گردونه تولید خارج شده و توان رقابت با شرکت‌های بزرگ رقیب جهانی را نخواهند داشت.

پس می‌توان نتیجه گرفت که چه دامپینگ در کشور صورت پذیرد (به‌عنوان یک رفتار غیررقابتی) و چه شرایط رقابتی سالم فراهم شود، صنعت کشور در شرایط فعلی و با روند فعلی، متحمل خسارت و لطمه جدی خواهد شد.

پس می‌توان گفت باید ساختار صنعت کاملاً متحول شود. به‌عبارتی باید درجه انحصار در صنایع کشور کاهش یافته و درجه رقابت افزایش یابد و سیاست‌هایی دنبال شود که بنگاه‌ها بتوانند از منافع صرفه‌جویی ناشی از مقیاس بهره‌جسته و به نقطه بهینه تولید دست یابند.

ذکر نکات فوق به این معنی نیست که چون صنایع ما با چنین مشکلات ساختاری روبه‌رو هستند دیگر ما نیاز به قانون آنتی‌دامپینگ نداریم، بلکه ضرورت قانون آنتی‌دامپینگ و تحول ساختاری در بخش صنعت را برایمان نمایان می‌سازد. پس می‌توان گفت با عضویت در سازمان تجارت جهانی، صنایع کشور با شرایط رقابتی و غیر رقابتی شدیدی روبه‌رو خواهند بود و

صنایع کشور در چنین شرایطی تنها زمانی توانایی حیات دارند که اولاً ساختار تولیدی خود را متحول نموده و ثانیاً قانون، بستر مناسبی برای حمایت منطقی از آن‌ها را فراهم سازد. [۶]

در جدول (۸) اطلاعاتی مربوط به صنایع کد دو رقمی ISIC ایران ذکر شده است. در این جدول درجه رقابت بر مبنای شاخص نسبت تمرکز پنج بنگاه برتر به صورت

$$Q = 1 - CR_5 = 1 - \sum_{i=1}^5 S_i$$

دامپینگ با استناد به قضیه حد مرکزی در آمار و بوسیله رویکرد احتمال تجربی با پذیرش $\lim_{n \rightarrow \infty} P(|f_i - p| < \varepsilon) = 1$ به دست آمده است. طبق این نگرش در شرایطی که تعداد کشورها بیش از ۳۰ باشند می‌توان فراوانی نسبی محاسبه شده را معیاری برای ارزیابی احتمال در نظر گرفت. [۷]

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که:

۱- در حدود ۵۰ درصد صنایع فعال در کد دو رقمی ISIC با عدم سودآوری مواجه بوده و تنها صنایع فعال در بخش پتروشیمی، پوشاک و محصولات کانی غیرفلزی دارای سودآوری معنی‌دار هستند.

۲- درجه رقابت در صنایع "تولید منسوجات، پوشاک و چرم" و "صنایع مواد غذایی و آشامیدنی و دخانیات" بیشتر از سایر صنایع کشور است.

۳- در ستون آخر جدول (۸)، برای ارزیابی احتمال وقوع دامپینگ (قیمت‌شکنی) از اطلاعات کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی که دارای ترتیبات تجاری و تعرفه‌ای یکسان می‌باشند طی دوره ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۹ استفاده شده است. (اطلاعات جدول ۷)

بر این اساس با بررسی تعداد دامپینگ‌های رخ داده در صنایع مختلف واقع در کد دو رقمی ISIC مرتبط با کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی (WTO)، فراوانی نسبی دامپینگ (قیمت شکنی) به‌عنوان معیار ارزیابی احتمال وقوع دامپینگ محاسبه شده است. این نتایج تنها در شرایطی قابل تعمیم به اقتصاد ایران است که اولاً ایران عضو این سازمان شود و ثانیاً میانگین نرخ تعرفه‌های تعیین شده در WTO در هر یک از بخش‌های صنعتی

را بپذیرد. بر این اساس انتظار بر آن است که:

غذایی و آشامیدنی و دخانیات"، "صنایع کاغذ و محصولات کاغذی و صحافی" و "تولید محصولات کانی غیرفلزی بجز فرآورده‌های نفتی و زغال سنگ" در مقایسه با سایر صنایع بسیار کمتر است. (جدول ۸) بر این مبنای توصیه می‌شود بنگاه‌هایی که در این صنایع فعالیت می‌کنند باید آگاهی کافی در این زمینه را کسب نموده و توانایی رقابت با بنگاه‌های رقیب را کسب نمایند.

با پذیرش میانگین نرخ تعرفه‌های اعمال شده بهنگام عضویت در سازمان تجارت جهانی احتمال رخ دادن دامپینگ در صنایع "تولید فلزات اساسی و" صنایع ماشین‌آلات، تجهیزات، ابزار، محصولات فلزی" و "صنایع شیمیایی" به‌طور قابل توجهی افزایش یابد. همچنین احتمال رخ دادن دامپینگ در صنایع "مواد

جدول ۸- بررسی ساختار صنایع ایران و سنجش احتمال رخ دادن دامپینگ در آن

| فعالیت | تعداد کارگاه‌ها* | وضعیت سودآوری* | درجه رقابت** (درصد) 1-CR5 | احتمال رخ دادن دامپینگ (درصد)** P=F/N |
|--|------------------|----------------|---------------------------|---------------------------------------|
| کل صنعت | ۱۰۹۸۷ | + | - | - |
| صنایع مواد غذایی و آشامیدنی و دخانیات | ۱۹۱۶ | سر به سر | ۵۶ | ناچیز |
| تولید منسوجات، پوشاک و چرم | ۱۸۲۹ | + | ۸۸/۲ | ۸ |
| تولید چوب و محصولات چوبی | ۲۷۹ | - | ۵۰/۷ | ۵ |
| صنایع کاغذ و محصولات کاغذی و صحافی | ۳۵۹ | - | ۴۹/۳ | ناچیز |
| صنایع شیمیایی | ۱۲۵۴ | + | ۳۲/۴ | ۲۱ |
| تولید محصولات کانی غیرفلزی بجز فرآورده‌های نفتی و زغال سنگ | ۲۴۶۱ | + | ۳۲/۸ | ناچیز |
| تولید فلزات اساسی | ۳۳۲ | - | ۳۲/۶ | ۴۰ |
| صنایع ماشین‌آلات، تجهیزات، ابزار و محصولات فلزی | ۲۴۸۴ | - | ۵۶/۲ | ۴۰ |
| صنایع متفرقه | ۷۳ | - | - | ۱۴ |

*عبادی (۱۳۸۳) و ** پژوهش جاری (۱۳۸۹)

۶. جمع‌بندی و ملاحظات

در این مقاله به بررسی اثر دامپینگ و آنتی‌دامپینگ و تاثیر متقابل متغیرهای اقتصادی بر آنتی‌دامپینگ اشاره شد و ارزیابی از صنایعی که احتمال رخ دادن دامپینگ در آنها بیشتر است ارائه شد. از مهم‌ترین نتایج این مطالعه می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- مطالعات آماری نشان می‌دهد در فاصله سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۰۰ بیشترین دامپینگ‌های صورت گرفته مربوط تولیدات فلزی، محصولات شیمیایی و پتروشیمی، پلاستیک و کائوچوی صنعتی بوده است.

۲- کشورهای استرالیا، اتحادیه اروپا، آفریقای جنوبی و آمریکا از

مهم‌ترین کشورهای هستند که از قانون آنتی‌دامپینگ

به‌صورت گسترده استفاده می‌کنند.

۳- کشورهای چین، آمریکا، جمهوری کره، ژاپن و تایوان از

مهم‌ترین کشورهای هستند که تاکنون بیشترین دامپینگ

جهان را انجام داده‌اند.

۴- مطالعات آماری نشان می‌دهد که آنتی‌دامپینگ با نرخ قابل

توجهی در جهان در حال افزایش بوده است. اکثر محققین

معتقدند که دلیل رشد قابل توجه آنتی‌دامپینگ تغییر رفتار

قیمت‌گذاری بنگاه‌ها است. محققین معتقدند آزادسازی

تجاری و کاهش تعرفه‌ها از اواسط سال‌های ۱۹۸۰ باعث شد

که کشورها برای ایجاد مانع ورود برای بنگاه‌های رقیب از

موانع غیر تعرفه‌ای (بخصوص آنتی دامپینگ) استفاده کنند.

۵- با فرض پذیرش میانگین نرخ تعرفه‌ها اعمال شده بهنگام عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی، احتمال رخ دادن دامپینگ در صنایع "تولید فلزات اساسی" و "صنایع ماشین‌آلات، تجهیزات، ابزار، محصولات فلزی" و "صنایع شیمیایی" افزایش می‌یابد. همچنین احتمال رخ دادن دامپینگ در صنایع "مواد غذایی و آشامیدنی و دخانیات"، "صنایع کاغذ و محصولات کاغذی و صحافی" و "تولید محصولات کانی غیرفلزی به جز فرآورده‌های نفتی و زغال

سنگ" در مقایسه با سایر صنایع بسیار کمتر است. بر این مبنا توصیه می‌شود بنگاه‌هایی که در این صنایع فعالیت می‌کنند باید آگاهی کافی در این زمینه را کسب نموده و توانایی رقابت با بنگاه‌های رقیب را کسب نمایند.

۶- به‌طور کلی می‌توان متغیرهای تاثیر گذار بر آنتی دامپینگ و تاثیر آنتی دامپینگ بر متغیرهای اقتصادی و همچنین متغیرهای که منجر به ارزیابی نادرست در مورد دامپینگ می‌شود را در جدول (۹) خلاصه نمود.

جدول ۹- متغیرهای تاثیر گذار بر آنتی دامپینگ و تاثیر آنتی دامپینگ بر متغیرهای اقتصادی

| متغیر | متغیرهای تاثیر گذار بر آنتی دامپینگ و دامپینگ |
|-------------------------------------|--|
| قدرت بازاری بنگاه‌های اقتصادی داخلی | متغیرهایی که دامپینگ بر آن‌ها اثر گذاشته است. |
| قیمت گذاری بنگاه‌های داخلی | |
| درجه تمرکز (درجه انحصار) | |
| موانع ورود | |
| ارزش افزوده داخلی | |
| اشتغال | |
| تراز پرداخت‌ها | |
| رفاه داخلی | |
| انحراف تجاری | |
| رفاه داخلی | |
| درجه تمرکز (درجه انحصار) | متغیرهایی که آنتی دامپینگ بر آن‌ها اثر داشته است. |
| موانع ورود | |
| تبانی و ائتلاف بنگاه‌های داخلی | |
| ارزش افزوده داخلی | |
| اشتغال | |
| حجم واردات کشورهای دامپ‌کننده | |
| تراز پرداخت‌ها | |
| قیمت گذاری بنگاه‌های داخلی | |
| نرخ تعرفه | |
| درجه باز بودن اقتصاد | |
| رشد اقتصادی کشور | متغیرهای اقتصادی که بر دامپینگ تاثیر داشته‌اند. |
| سیکل‌ها و ادوار تجاری (رکود و رونق) | |
| تغییرات الگوی تقاضا و مصرف | |
| بهره‌وری صنعت داخلی | |
| تغییرات تکنولوژی | |
| نرخ ارز و نوسانات آن | متغیرهایی که منجر به ارزیابی نادرست و اشتباه در مورد دامپینگ می‌شود. |

پی‌نوشت

- Trade," *Review of Economics and Statistics*, pp. 704-707, 1989.
- Finger, J. Michael, Keith Hall, and Douglas Nelson, "The Political Economy of Administered Protection," *American Economic Review*, pp. 452-466, 1982.
- Fischer, R., "Endogenous Probability of Protection and Firm Behaviour", *Journal of International Economics* 32, p149-163, 1992.
- Goldberg, Pinelopi and Michael M. Knetter, "Goods Prices and Exchange Rates: What Have We Learned?" *Journal of Economic Literature*, pp. 1243-1272, 1997.
- Hansen, Wendy L. and Thomas Prusa, "The Economics and Politics of Trade Policy: An Empirical Analysis of ITC Decision Making," *Review of International Economics*, pp. 230-245, 1997.
- Kim, Jong Bum, "Currency Conversion in the Anti-dumping Agreement," *Journal of World Trade*, pp. 125-136, 2000.
- Knetter, Michael M. and Thomas J. Prusa, "Macroeconomic Factors and Antidumping Filings: Evidence from Four Countries," *Journal of International Economics*, pp. 1-17, 2003.
- Leidy, Michael P. "Macroeconomic Conditions And Pressures For Protection Under Antidumping And Countervailing Duty Laws: Empirical Evidence From The United States," *International Monetary Fund Staff Papers*, pp. 132-144, 1997.
- Moore, Michael O., "Rules or Politics? An Empirical Analysis of ITC Antidumping Decisions," *Economic Inquiry*, pp. 446-466, 1992.
- Pauwels, W., H. Vandenbussche and M. Weverbergh, Strategic Behaviour under European Antidumping Policy, CEPR-discussion paper n° 1565, 1997.
- Prusa, T., "Why are so Many Antidumping Petitions Withdrawn?," *Journal of International Economics*, vol. 29, pp. 1-20, 1992.
- Prusa, T., "Pricing Behaviour in the Presence of Antidumping Law", *Journal of Economic Integration*, 9(2), pp. 260-289, 1994.
- ۱- خداداد کاشی ۱۳۷۹، ص ۴۵.
- ۲- خداداد کاشی ۱۳۷۹، ص ۵۰.
- ۳- عبادی و موسوی ۱۳۸۳، ص ۱۲.
- ۴- عبادی و موسوی ۱۳۸۳، ص ۹۷.
- ۵- کمیجانی ۱۳۷۷، ص ۲۴۸.
- ۶- بخصوص قانون آنتی‌دامپینگ و قانون رقابت.
- ۷- بایستی توجه نمود که CR5 نمی تواند معیار جامعی برای قضاوت در مورد شدت انحصار باشد و تنها یک بعد از مولفه انحصار را نشان می‌دهد.

منابع و ماخذ

- خداداد کاشی، فرهاد، «انحصار، رقابت و تمرکز در بازارهای صنعتی ایران» فصلنامه شماره ۱۵ پژوهشنامه بازرگانی، ۱۳۷۹.
- عبادی، جعفر و محمدنبی، شهیکی تاش، «بررسی ساختار بازارهای صنعتی صادراتی کالاهای منتخب»، فصلنامه شماره ۳۱ پژوهشنامه بازرگانی، ۱۳۸۳.
- Anderson, J, "Domino-Dumping" I, *American Economic Review*, 82, 1992, p.p. 62-83.
- Blonigen, Bruce A., "Evolving Discretionary Practices of U.S. Antidumping Activity," *NBER Working Paper 9625*, April 2003.
- Blonigen, Bruce A. and Thomas J. Prusa, "Antidumping," in E.K. Choi and J. Harrigan (Eds.), *Handbook of International Trade*. Oxford, U.K. and Cambridge, MA: Blackwell Publishers, 2003.
- Brander, J. and B. Spencer, "Export Subsidies and International Market Share Rivalry", *Journal of International Economics*, 18, pp.83-100, 1985.
- DeVault, James M., "Economics and the International Trade Commission," *Southern Economic Journal*, pp. 463-478, 1993.
- Dixit, A., "Antidumping and Countervailing Duties under Oligopoly", *European Economic Review*, 32, pp.55-68, 1988.
- Feinberg, Robert M., "Exchange Rates and Unfair

- 193, 1994.
- Vandenbussche, H., "How can Japanese and East-European Exporters to the EU, Avoid Antidumping Duties?", *World Competition. Law and Economics review*, vol. 18, n° 1, pp.55-74, 1995.
- Vandenbussche, H., "Is European Antidumping Protection Against Central Europe too High?," *Weltwirtschaftliches Archiv*, March, vol.132, pp. 116-138, 1996.
- Vermulst E. and P.Van Waer , "The Calculation of Injury Margins in EC Antidumping Proceedings", *Journal of World Trade*, pp. 5-42, 1992.
- Reitzes, J., "Antidumping Policy", *International Economic Review*, vol. 34, pp.745-763, 1993.
- Staiger, R., and F. Wolak, "Strategic Use of Antidumping" Law to Enforce Tacit International Collusion", *NBER working paper n3016*, 1989.
- Staiger, R. and F. Wolak, "The Effect of Domestic Antidumping Law in the Presence of Foreign Monopoly", *Journal of International Economics*, 32, pp.265-287, 1992.
- Tharakan P.K.M. and J. Waelbroeck, "Antidumping and Countervailing Duty Decisions in the EC and in the US: an Experiment in Comparative Political Economy", *European Economic Review*, vol. 38, pp. 171-

