

تجارت غیر منصفانه از طریق دامپینگ و شیوه مقابله با آن در

سازمان تجارت جهانی

عبدالحسین شیروی^۱ * مهشید جعفری هرندی^۲

۱. استاد دانشکده حقوق پردیس قم دانشگاه تهران

۲. کارشناس ارشد حقوق خصوصی پردیس قم دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۸۸/۱۱/۲۵؛ تاریخ تصویب: ۸۹/۵/۳۱)

چکیده

سازمان تجارت جهانی یک سازمان بین‌المللی است، که قوانین جهانی تجارت را تنظیم و اختلافات بین اعضا را حل و فصل می‌کند. کاهش تدریجی نرخ‌های تعرفه‌ای و رقابت در بازارهای صادرات و بازار داخلی در کنار مزایای بسیار خوب خود، مشکلاتی نیز برای صنعت کشورها به همراه خواهد داشت. این خطرات، مربوط به رقابت غیرمنصفانه دامپینگ و پرداخت یارانه به محصولات صادراتی است. در راستای این رقابت‌های غیرمنصفانه، سازمان بر آن شد تا قواعدی برای مقابله با این رویه‌های غیرمنصفانه ایجاد کند، «موافقت ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی» که یکی از موافقت‌نامه‌های کالایی وابسته به گات ۱۹۹۴ است، برای مقابله با رقابت غیرمنصفانه، تنظیم شده است. زمانی می‌توان پنداشت که یک محصول دامپ شده است یعنی وارد جریان داد و ستد تجاری کشور دیگر به ارزشی کمتر از ارزش عادی محصول گردیده، که بهای صادرات محصول صادرشده از یک کشور به کشور دیگر در جریان معمولی تجارت از قیمت محصول مشابه که جهت مصرف در کشور صادرکننده در نظر گرفته شده، کمتر باشد. هر چند قواعد موافقت‌نامه ضد دامپینگ از نقاط قوت بسیاری برخوردار است، اما در مواردی نیز دچار ضعف است. در مقاله حاضر، ضمن بیان اصول کلی این موافقت‌نامه، نقاط ضعف آن در زمینه‌های مفهوم دامپینگ، بهای صادرات، مقابله با طفره فریب کارانه و عدم تعیین مدت تجدیدنظر در خصوص عوارض وضع‌شده ضد دامپینگ، بررسی شده است.

واژگان کلیدی:

دامپینگ، سازمان تجارت جهانی، رقابت غیرمنصفانه، موافقت‌نامه ضد دامپینگ.

مقدمه

بحث جهانی شدن تجارت و گسترش فضای رقابت آزاد در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم به موضوع اصلی محافل اقتصادی بین‌المللی تبدیل شده و در سایه گفتگوها و موافقت‌نامه‌های چندجانبه تجاری، پیشرفت شگرفی یافت. طی چند دهه اخیر، تلاش‌های چندجانبه‌ای در راستای آزادسازی تجاری از طریق حذف موانع و محدودیت‌های کمی (غیرتعرفه‌ای) و کاهش موانع تعرفه‌ای صورت گرفته است. این تلاش‌ها به شکل‌گیری «گات»^۱ و سرانجام به تشکیل «سازمان تجارت جهانی»^۲ منجر گردیده است.

اصول کلی که سازمان تجارت جهانی ناظر بر اجرای آن است همان اصول کلی مذکور در گات است که توسعه پیدا کرده است (شیروی، ۱۳۸۹، صص ۱۴۳-۸۸). یکی از اصول مذکور، اصل تجارت منصفانه است. شاید بتوان اصل مذکور را ضمانتی برای کارآمد و نتیجه‌بخش بودن اقدامات صورت‌گرفته، براساس سایر اصول دانست. این اصل، رویه‌های تجاری غیرمنصفانه را منع و روش‌های منصفانه حمایتی را تجویز می‌کند. رویه‌های تجاری غیرمنصفانه، اقداماتی بر مبنای روش‌های ناعادلانه است که هدف و نتیجه آن، اختلال در بازار و آسیب به منافع شرکای تجاری است. در این رویه‌ها، قدرت رقابت کالاهای بهره‌مند از اقدامات غیرمنصفانه به نحو غیرقابل توجیهی افزایش می‌یابد. رویه‌های تجاری غیرمنصفانه، ممکن است با دخالت دولت شکل بگیرند که در این صورت شکل اعطای یارانه (و به خصوص یارانه صادراتی) به خود می‌گیرند. دامپینگ، از دیگر انواع رویه‌های تجاری غیرمنصفانه است که ممکن است دولت در آن نقشی نداشته باشد و خود بنگاه‌های تجاری برای تسخیر بازار رقبای خود، محصولاتشان را با قیمتی کم‌تر از قیمت معمول، وارد بازار کنند.

دامپینگ، به عنوان یکی از رویه‌های غیرمنصفانه، ابزاری است برای رقابت نامشروع که مورد استفاده شماری از شرکت‌ها جهت گسترش بازار خارجی، قرار می‌گیرد و می‌تواند بخش‌های تولیدی داخلی کشورهای واردکننده را به نابودی بکشانند. دامپینگ به معنای ارزان‌فروختن یک

1. The General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)

2. The World Trade Organization (WTO)

کالا در کشور دیگر، پایین تر از ارزش معمولی و منصفانه آن است. از آنجا که قواعد کلی سازمان تجارت جهانی بر پذیرش نظام تجارت آزاد و به تبع آن، کاهش موانع تعرفه‌ای تأکید نموده و کشورهای عضو را مکلف ساخته است که ساختار اقتصادی و حقوقی خود را با مقررات این سازمان هم سو و هماهنگ نمایند، خطر وقوع دامپینگ افزایش یافته است.

فضای حاکم بر تجارت امروز، فضای کاملاً رقابتی است و وجود کشورهای تولیدکننده و مصرف‌کننده متعدد بیش از پیش، بستر را برای رقابت ناعادلانه فراهم ساخته است. دامپینگ به عنوان یکی از نمونه‌های رقابت ناسالم در عرصه جهانی تجارت است و یکی از متغیرهای رفتاری بازار شناخته می‌شود که می‌تواند ساختار و عمل‌کرد بازار را تحت تأثیر قرار دهد. «موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی»^۱ دربردارنده اقداماتی نظیر وضع و تحمیل عوارض اضافی برای مقابله با این عمل ضد رقابتی است که معمولاً به درخواست تولیدکنندگان داخلی، توسط دولت‌ها اتخاذ می‌گردد.

با توجه به مطالب فوق و هم‌چنین با در نظر داشتن بحث جهانی شدن تجارت و گسترش فضای رقابت آزاد، اهمیت و ضرورت بررسی مسئله دامپینگ و مقررات ضد دامپینگ، آشکار می‌گردد. در این مقاله، ابتدا به تبیین مفهوم دامپینگ و انواع آن و سپس به بررسی مقررات سازمان تجارت جهانی در این زمینه پرداخته می‌شود و با نگاه همه‌جانبه به مقررات سازمان در زمینه دامپینگ، نقاط ضعف و قوت این موافقت‌نامه، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

مفهوم دامپینگ

واژه «دامپینگ» که وارد ادبیات اقتصادی جهان شده است، از ریشه «دامپ»^۲ به معنای زیر قیمت فروختن است. به طور کلی، از دامپینگ تعاریف متعددی در حقوق داخلی کشورها و سازمان تجارت جهانی، ارائه شده که در این مقاله بررسی می‌شود. برخی آن را به قیمت‌شکنی و ارزان‌فروشی عمده معنا نموده‌اند (فرهنگ، ۱۳۷۱، ج ۱، ص ۵۹۱). دیگری آن را به بازارشکنی، قیمت‌شکنی، شکستن در بازار معنا کرده است. عده‌ای دیگر نیز به رقابت مکارانه یا

1. Agreement on Implementation of Article VI of The GATT 1994 (Anti-Dumping Agreement); available at: http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/legal_e.htm#antidump.

2. Dump: to drop (something) down, especially, in a heap; to unload /to sell (products) at an extremely low prices, specific, to sell (products) in a foreign market at a lower price than at home (Black's Law Dictionary). Dumping: 1. The act of selling a large quantity of goods at less than fair value 2. Selling goods a board at less than market price at home (Black's Law Dictionary).

تبعیض در قیمت در بازرگانی با خارج، معنا نموده‌اند. عده‌ای از کارشناسان، معادل فارسی این واژه را «رقابت مخرب» می‌دانند (بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۸۰، ص ۲۵). در زبان فارسی گاهی معادل‌هایی چون «رقابت مکارانه»، «تبعیض در قیمت‌ها»، «رقابت مخرب» و «قیمت‌شکنی» برای دامپینگ پیشنهاد شده است که هیچ‌یک از عبارات‌های مزبور، ترجمه دقیق واژه دامپینگ نیست، زیرا برای مثال «رقابت مخرب» دارای مصادیق دیگری نیز غیر از دامپینگ است و یا «قیمت‌شکنی» گاه دارای جنبه‌ها و آثار مثبت است، در حالی که دامپینگ فاقد این ویژگی است و همواره بار منفی دارد.

در قوانین و مقررات ایران نیز، لفظ دامپینگ مورد استفاده قرار گرفته است. ماده ۷ قانون امور گمرکی مصوب ۱۳۵۰ مقرر می‌دارد: «هرگاه کالایی با قیمت نامتناسب یا تسهیلات غیرعادی از کشوری برای ورود به ایران عرضه شود (دامپینگ)^۱ و این عمل برای اقتصاد کشور، رقابت ناسالم تلقی گردد هیأت وزیران می‌تواند در هر موقع بنا به پیشنهاد وزارت اقتصاد برای ورود کالای مزبور از آن کشور، سود بازرگانی ویژه‌ای برقرار کند.» (روزنامه رسمی، شماره ۷۷۴۰، مورخ ۱۳۵۰/۶/۳) همین تعبیر در ماده ۱۰ قانون عمومی صادرات و واردات مصوب ۱۳۶۰ آمده است ولی بجای «دمپینگ» از «دامپینگ» استفاده شده است. در قانون «موافقت‌نامه نظام ترجیحات تجاری میان کشورهای اسلامی» و هم‌چنین قانون «برنامه چهارم توسعه» لفظ دامپینگ بدون معادل فارسی، استفاده شده است. در قوانین بودجه سال ۱۳۸۴، ۱۳۸۵ و ۱۳۸۶ کلمه دامپینگ همراه با معادل فارسی آن «بازار شکنی» استفاده شده است. در قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه، دامپینگ همراه با معادل فارسی آن «قیمت شکنی» بکار رفته است. در هر حال، واژه «دامپینگ» یک اصطلاح شناخته‌شده در بازرگانی بین‌المللی تلقی می‌شود که معنای مشخصی دارد و قانون‌گذار ایران نیز ترجیح داده که یا اساساً معادلی فارسی برای آن در نظر نگیرد و یا در صورت بکار بردن، داخل پراگماتر واژه دامپینگ را نیز بکار ببرد.

دامپینگ در برخی لغت‌نامه‌های خارجی، به معنای «فروش کالای خارجی در داخل کشور پایین‌تر از ارزش معمولی» (نیومن، ۱۹۹۸، ص ۷۵) تعریف شده است. «جکوب وینر» آن را به عنوان تبعیض در قیمت میان بازارهای ملی تعریف کرده است. (وینر، ۱۹۹۶، ص ۲۰) این اصطلاح، در آمریکا چنین تعریف گردیده که «عمل نامشروعی است برای واردات کالاها به

^۱. Dumping

ایالات متحده آمریکا در قیمتی که اساساً از ارزش واقعی بازار با قیمت عمده فروشی چنین کالایی است، مشروط بر اینکه به قصد تخریب یا لطمه به صنعت ایالات متحده صورت بگیرد» (استیوارت، ۱۹۹۳، ص ۱۳۸۹)

یکی از مفسرین، دامپینگ را به شوخی این‌گونه تعریف نموده است: «هر کاری که بواسطه‌ی آن شما بتوانید دولت را مجبور کنید تا براساس قانون ضد دامپینگ بر علیه شما اقدام کند.» (دیسترلر، ۱۹۸۶، ص ۱۱) اگرچه چنین تعریفی در بعضی شرایط درست است، اما دامپینگ به طور کلی، نوعی صادرات کالا به قیمتی ارزان‌تر از بازار داخلی، تعریف می‌شود. اواسط دهه‌ی ۷۰، مفهوم دامپینگ گسترش یافته و دربردارنده فروش محصولات در بازار صادرات، به قیمتی کم‌تر از هزینه تولید است. چنین محصولاتی بدون توجه به این که آیا در بازار داخلی نیز به قیمتی کم‌تر از هزینه تولید فروخته می‌شوند یا نه به عنوان محصولات فروخته شده، به صورت دامپینگ شناخته می‌شوند.

طبق ماده ۶ گات ۱۹۹۴ و نیز ماده ۲۱ موافقت‌نامه ضد دامپینگ، هنگامی که کالایی با ارزش کم‌تر از ارزش عادی^۱ آن وارد جریان تجارت کشور دیگری گردد، دامپینگ صورت می‌گیرد. بنابراین وقتی کالا به صورت دامپینگ به فروش می‌رسد که «بهای صادرات»^۲ آن کم‌تر از ارزش عادی آن کالا باشد؛ یعنی متناظر آن کالا در جریان معمول تجارت بازار، کم‌تر از بهای «محصول مشابه»^۳ تولیدشده به منظور مصرف در کشور صادرکننده است. (ون دن بوچه، ۲۰۰۵، ص ۵۱۸)

چنان‌که در تعاریف ارائه‌شده مشاهده می‌گردد متخصصان توانستند مبنای واحدی برای مفهوم دامپینگ ارائه دهند. عده‌ای دامپینگ را براساس معیار قیمت، تعریف کرده و در مقابل عده‌ای دیگر، معیار هزینه تولید را انتخاب کرده‌اند. معیار قیمت، نسبت به معیار هزینه، دارای امتیازات عمده‌ای است. به عنوان نمونه، تشخیص دامپینگ براساس معیار قیمت، ساده‌تر از معیار هزینه تولید کالا در کشور صادرکننده است. هم‌چنین معیار قیمت، می‌تواند از مواردی که کشوری برای در انحصار گرفتن بازار کشور واردکننده و در عین حال، فرار از وضع عوارض ضد دامپینگ با اعطای کمک‌های ویژه به تولید کنندگان داخلی، هزینه نهایی تولید را کاهش

1. Normal value

2. Export price

3. Like product

می‌دهد، جلوگیری کند.

با توجه به موارد یادشده، دامپینگ را می‌توان به صورت ذیل تعریف کرد: «ورود یک محصول به بازار کشوری دیگر با قیمتی کم‌تر از ارزش عادی آن محصول یا محصول مشابه آن، به قصد بیرون راندن رقیب از بازار». تعریف مذکور، مبتنی بر معیار قیمت بازار است. شایان ذکر است که نوعی دامپینگ، اکنون در حال رواج است که محصول، بجای تولید در یک کشور در چند کشور تولید می‌گردد و بنابراین مشخص نیست محصول نهایی در چه کشوری ساخته شده است (کشور مبداء کجا است). در این نوع دامپینگ، تولیدکننده در صدد است با درگیر کردن چند کشور و سخت کردن تعیین کشور مبداء و مقصد و تعیین قیمت‌ها، کالا را از شمول دامپینگ خارج سازد. در مقررات سازمان تجارت جهانی در تعریف دامپینگ، اشاره‌ای به این نوع دامپینگ نشده است. این نقص موافقت‌نامه، باعث می‌گردد که کشورهای عضو، نتوانند به نحو مؤثری با این نوع دامپینگ که به شدت در حال افزایش است، مقابله کنند و در نتیجه تجارت آزاد، تحت تأثیر این امر قرار می‌گیرد.

انواع دامپینگ

دامپینگ را می‌توان از جهات مختلفی از قبیل مدت، حمایت و آثار، تقسیم بندی کرد. دامپینگ از نظر مدت، به دو دسته کوتاه‌مدت و بلندمدت تقسیم می‌شود. گاهی، مؤسسات بزرگ تولیدی برای تثبیت کالا در چرخه تجارت با انگیزه بیرون راندن رقبای خود از بازارهای خارجی به مدت کوتاهی کالای خود را به قیمتی پایین‌تر از فروش آن در بازارهای داخلی در بازارهای خارجی به فروش می‌رسانند. در دامپینگ کوتاه‌مدت، حجم واردات در یک زمان کوتاه، خیلی زیاد است. در دامپینگ بلندمدت، دامپینگ به طور مستمر و درازمدت ادامه پیدا می‌کند. این نوع دامپینگ معمولاً در مورد کالاهایی صورت می‌گیرد که محصول سرمایه‌گذاری هنگامت است؛ یعنی کالاهایی که با افزایش تولید آن، هزینه نهایی تولید کاهش می‌یابد و بنگاه تولیدی این امکان را پیدا می‌کند که محصول خود را به قیمتی کم‌تر از قیمت داخلی در خارج به فروش برساند.

دامپینگ، از منظر حمایت به دو دسته دامپینگ ناشی از حمایت دولت و دامپینگ بدون حمایت دولت تقسیم می‌گردد. دامپینگ ناشی از حمایت دولتی زمانی رخ می‌دهد که عمل دولت، متضمن انتقال مستقیم وجوه مثلاً کمک‌های بلاعوض، وام، تزریق سرمایه یا انتقال بالقوقه مستقیم وجوه یا تعهدات باشد. این کمک‌ها اگر به صنایع داخلی کشور واردکننده، لطمه

وارد آورد، موجب مسئولیت دولت‌ها می‌شود. در این موارد، عوارضی به منظور خنثی کردن و جلوگیری از دامپینگ وضع می‌شود که عوارض جبرانی نام دارد. دولت‌ها، بیش‌تر به دلایل سیاسی یا بهبود در تراز پرداخت‌های خارجی به چنین عملی دست می‌زنند. در دامپینگ بدون حمایت دولتی، همان‌طور که از نام آن پیداست، عمل دامپینگ بدون دخالت دولت صورت می‌گیرد و تولیدکنندگان به دلایل رقابتی، دست به چنین اقداماتی می‌زنند (بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۸۰، ص ۲۶).

دامپینگ از نظر آثار نیز به دو دسته مخرب و غیر مخرب تقسیم می‌شود. دامپینگ مخرب (غارت‌گر)^۱ نمونه شایع دامپینگ است که در موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی نیز منع شده است. در این دسته، تولیدکننده داخلی باید ورود لطمه یا خطر جدی وقوع لطمه و رابطه علیت میان ورود کالا و وقوع خسارت را اثبات کند (صادقی، ۱۳۸۴، ص ۱۹). در واقع دامپینگی که آثار تخریبی دارد و موجب لطمه به صنعت کشور واردکننده می‌گردد را دامپینگ مخرب (غارت‌گر) می‌گویند. در دامپینگ غیرمخرب، هیچ لطمه‌ای به صنعت داخلی وارد نمی‌گردد و میزان دامپ جزئی است یا حاشیه‌های دامپینگ، قابل اغماض^۲ است.

دلایل و انگیزه‌های دامپینگ

دامپینگ با هدف و انگیزه‌های مختلفی روی می‌دهد. گاهی تولیدکنندگان، با انگیزه بیرون‌راندن رقبا و به دست آوردن انحصار بازار حتی با تقبل زیان‌های کوتاه مدت، دست به دامپینگ می‌زنند. بدین معنا که تولیدکننده خارجی، برای مدتی، کالا را با قیمتی نازل‌تر وارد بازار کشور دیگر می‌کند، اما این زیان را بدان امید متحمل می‌شود که بتواند بعدها با کنارزدن سایر رقبای موجود در بازار داخلی آن کشور و به دست آوردن انحصار، قیمت کالا را تا آن‌جا که مد نظر است بالا ببرد (بلونینگن و پروسا، ۲۰۰۳، ص ۵۱).

گاهی اوقات فروش زیر قیمت داخلی یا کم‌تر از هزینه تولید، می‌تواند به دلیل کاهش مازاد موقتی ذخایر کالا به منظور جلوگیری از پایین آمدن قیمت‌های داخلی و در نتیجه افزایش درآمد تولیدکنندگان باشد. در بعضی موارد، به دلیل کاهش زیان‌های مربوط به کالاهایی که در داخل کشور صادرکننده قابلیت رقابت و فروش را ندارند، دامپینگ رخ می‌دهد.

1. Predatory dumping
2. Negligible limit

از جمله انگیزه‌های دیگر وقوع دامپینگ، به‌دست‌آوردن سهمی از بازار کالای مربوطه در خارج با تحمل زیان‌های کوتاه مدت است. دلایل سیاسی نیز گاه، کشوری را به دامپینگ ترغیب می‌نماید؛ یعنی پس از به دست آوردن انحصار بازار مورد نظر، قیمت کالا را افزایش نداده و از ظهور مجدد رقبای داخلی آن کشور جلوگیری می‌کند تا مردم کشور واردکننده برای رفع نیازهای خود به کالای مربوطه ناچار به استفاده از نمونه خارجی باشند و این امر به تدریج وابستگی اقتصادی و به تبع آن وابستگی سیاسی کشور مزبور را به همراه خواهد داشت. البته این نمونه از دامپینگ خیلی شایع نیست (سلامه، ۱۹۹۸، ص ۹۱).

دامپینگ در مقررات سازمان تجارت جهانی

مطالعه تاریخی، گواه آن است که انگلستان در زمینه اقدام به دامپینگ، پیشاهنگ سایر کشورها بوده است. (وینر، ۱۹۹۶، ص ۳۶) این کشور، در اوایل قرن ۱۴ با اتخاذ سیاستی مکارانه سعی در حذف تولیدکنندگان آمریکایی و انحصار بازار آن کشور را داشته و تأثیرات مخربی که صادرات انگلستان بر صنایع داخلی آمریکا داشت، مقامات آمریکایی را به انعقاد موافقت‌نامه دوجانبه برانگیخت که به موجب آن، صادرکنندگان انگلیسی، ملزم به رعایت اصول رقابت مشروع شدند. رشد سریع صنعت در آمریکا، صاحبان صنایع این کشور را ترغیب به صادرات نمود و در این میان، کانادا جزء نخستین کشورهایی بود که از سوی آمریکا مورد دامپ واقع شد. لذا مقامات بازرگانی این کشور در سال ۱۸۷۵ به وضع تدابیر و تعرفه‌های گمرکی در مقابل واردات محصول از آمریکا دست زدند و سرانجام در سال ۱۹۰۴ کانادا با تصویب قانون تعرفه گمرکی در زمینه وضع قانون مقابله با دامپینگ، پیش‌قدم گردید.^۱ سپس زلاندنو در ۱۹۰۵، استرالیا در ۱۹۰۶ و آفریقای جنوبی در ۱۹۱۴ مقررات ضد دامپینگ خود را تدوین کردند. آمریکا نخستین مقررات ضد دامپینگ خود را در ۱۹۱۶ با انگیزه حمایت از صنایع آمریکایی در مقابل کارتل‌های آلمانی وضع کرد.

نخستین مقررات بین‌المللی مقابله با دامپینگ با تصویب موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات ۱۹۴۷) وضع گردید. به رغم پاره‌ای مخالفت‌ها، در سال ۱۹۶۸ مجموعه مقررات جداگانه‌ای برای مقابله با دامپینگ در چارچوب گات به تصویب رسید و به‌دنبال آن

۱. برای مثال، نخستین قانون ضد دامپینگ آمریکا صرفاً به مقابله با دامپینگ مخرب (با قصد لطمه) محدود می‌شد و با مقررات ضد دامپینگ کانادا تا سال ۱۹۶۹ فاقد الزام آزمون لطمه بود.

تجدیدنظرهای عمده‌ای در قوانین ملی جامعه اروپا و کانادا صورت گرفت. این مقررات، به دلیل مخالفت کنگره آمریکا، اهمیت عملی چندان نیافت. مقارن با آغاز دور توکیو در سال ۱۹۷۳، مسائلی در خصوص اجرای مقررات ضد دامپینگ دور کندی طرح گردید و مذاکرات دور توکیو به تجدیدنظر در مقررات پیشین انجامید. نهایتاً در مذاکرات دور اروگوئه در سال‌های ۱۹۹۴ - ۱۹۸۳ مقررات ضد دامپینگ به یکی از موضوعات اصلی، بدل گردید و عدم توافق موجود میان کشورها در خصوص اصلاح مقررات ضد دامپینگ، موفقیت دور اروگوئه را مورد تهدید قرار داد. اما سرانجام موافقت‌نامه جدیدی به دست آمد که با آغاز به کار سازمان تجارت جهانی در سال ۱۹۹۵ به مرحله اجرا درآمد. این موافقت‌نامه چندجانبه، که برای تمامی اعضای سازمان تجارت جهانی الزامی محسوب می‌شود، جایگزین مقررات چند طرفه دور توکیو گردید. با توجه به این که کشورها برای تنظیم مقررات ضد دامپینگ از این موافقت‌نامه الگو می‌گیرند، بررسی دقیق موافقت‌نامه مذکور اجتناب‌ناپذیر است. بدین منظور، در ادامه، شناسایی و تشخیص فروش دامپینگ، روند تحقیقات ضد دامپینگ و اقدامات پس از تحقیق، بررسی می‌شود.

شناسایی و تشخیص فروش دامپینگ

برای احراز وقوع دامپینگ، چهار عامل زیر باید مورد بررسی دقیق قرار گیرد: محصول مشابه، بهای صادرات، ارزش عادی و مقایسه بهای صادراتی با ارزش عادی.

الف) محصول مشابه

همان گونه که در ماده ۲-۱ موافقت‌نامه ضد دامپینگ آمده است، محصول مشابه، محصولی است که در بازار داخلی فروخته شده و مشابه محصول صادر شده، یعنی فروخته شده به صورت دامپینگ است. ماده ۲-۶ موافقت‌نامه مزبور تصریح می‌کند که محصول مشابه، محصولی است که کاملاً و از همه جهات، مشابه محصول مورد نظر باشد و اگر چنین محصولی وجود نداشته باشد، محصولی که دارای مشخصه‌هایی که تشابه نزدیکی با محصول مورد نظر دارد، ملاک قرار می‌گیرد. هیأت رسیدگی سازمان تجارت جهانی در خصوص فروش سری دوم الوارهای نرم، مقرر نمود که ماده ۲-۶ موافقت‌نامه ضد دامپینگ، ماده‌ی توصیفی بوده و در نتیجه، این ماده به خودی خود، در مورد نحوه اعمال قوانین ضد دامپینگ در کشورهای عضو سازمان، قواعدی را ارائه نکرده و نمی‌تواند معیاری برای تشخیص و اقدام در مورد یک تخطی مستقل از قانون

تلقی شود.^۱ آنچه به نظر می‌رسد این است که کمی و توصیفی بودن ماده ۲-۶ موافقت‌نامه، دلیلی برای در نظر گرفته شدن این ماده به عنوان معیاری برای تشخیص دامپینگ و اعمال قانون ضد دامپینگ در مورد آن نیست. اگر یکی از کشورهای عضو سازمان، قهوه را به عنوان محصول مشابه برای چای تولید داخل در نظر بگیرد، قطعاً مفهوم محصول مشابه را تغییر داده و ممکن است در این صورت، بسیاری دیگر از مواد قانونی مربوطه را نیز مورد تخطی قرار دهد (آلستون و لوی، ۲۰۰۵، ص ۹).

محصول مشابه، نخست با همان محصولی که گفته می‌شود مورد دامپ قرار گرفته مقایسه می‌شود. سپس در روند تعیین خسارت وارد شده به واسطه فروش دامپینگ، محصول مشابه، محصولی تلقی می‌شود که در یکی از صنایع تولیدی داخلی که گفته می‌شود به واسطه فروش دامپینگ آسیب دیده، تولید شده باشد. به هر حال، در هر دو مورد باید این دو محصول کاملاً مشابه باشند. فقط زمانی که چنین محصول مشابهی وجود نداشته باشد، می‌توان محصولی را که دارای خصوصیات ظاهری مشابه است به عنوان محصول مشابه در نظر گرفت.

در بیش‌تر کشورهای جهان به منظور اجرای صحیح‌تر محاسبات مربوط به میزان دامپینگ و خسارات ناشی از آن، محصول مشابه را با انواع فرمول‌های مختلف تقسیم‌بندی می‌کنند که عمدتاً بر اساس شماره‌های کنترلی محصولات صورت می‌گیرد. چنین تقسیم‌بندی‌هایی قطعاً برای مقایسه بهتر و نوع به نوع محصول مشابه یا محصول مورد نظر، ضروری است. البته در موافقت‌نامه ضد دامپینگ چنین تقسیم‌بندی‌هایی برای محصول مشابه پیش‌بینی نشده و بنابراین محاسبه میزان دامپینگ مشکل می‌شود.

با توجه به تنوع تعاریف ارائه شده بالا، به نظر می‌رسد کامل‌ترین تعریف از محصول مشابه این‌گونه باشد: «محصول مشابه محصولی است که به صورت دامپ فروخته شده و مشابه یا حداقل به لحاظ ظاهری مشابه محصول فروخته شده در کشور صادرکننده باشد.»

ب) بهای صادرات

ماده ۱-۱۲ از موافقت‌نامه ضد دامپینگ به طور غیرمستقیم، تصریح می‌کند که بهای صادرات، بهای محصول صادر شده از یک کشور (کشور صادرکننده) به کشوری دیگر (کشور واردکننده) است. (آلستون و لوی، ۲۰۰۵، ص ۱۱) به عنوان مثال اگر تولیدکننده «الف» در کشور «الف» به

1. United States-Final Dumping Determination on Softwood Lumber from Canada, WT/DS264/AB/R of 11 August, Para 7.146. 2004, Para 7.146.

واردکننده «ب» در کشور «ب» پارچه فروخته باشد، آنگاه قیمت دریافت‌شده توسط تولیدکننده «الف» از واردکننده «ب» همان بهای صادرات است. از آن جایی که فروش‌های مزبور، همواره بین‌المللی هستند، بهای آن‌ها عموماً در اسناد مختلف مثل پیش فاکتور، فاکتور تجاری، اعتبار اسنادی و غیره ثبت و ضبط می‌شود. بنابراین تعیین بهای صادرات از طریق معاینه اسناد، کار چندان دشواری نیست، مگر این که اسناد، مزورانه تنظیم شده باشد و قیمت واقعی را منعکس نکند.

ماده ۳-۲ موافقت‌نامه، شیوه تعیین بهای صادراتی را در مواردی که بهای صادراتی مشخصی وجود نداشته یا کالای مورد نظر با واسطه به کشور واردکننده منتقل شده باشد، را بیان می‌کند. شرایطی ممکن است پیش آید که تولیدکننده خارجی، محصولی را به یک بازرگان دیگر در کشور صادرکننده می‌فروشد تا نامبرده کالای مزبور را به کشور واردکننده صادر نماید. براساس ماده ۱-۲ موافقت‌نامه، بهای صادرات در این حالت بهایی است که توسط تاجر صادرکننده از واردکننده اخذ می‌شود. در واقع معامله بین تولیدکننده و بازرگان صادرکننده مزبور، فروش داخلی در کشور صادرکننده می‌باشد. بنابراین، قیمت این قرارداد نمی‌تواند ملاک عمل قرارگیرد، زیرا چه بسا تولیدکننده نداند که تاجر دارد کالا را صادر می‌کند. به علاوه، این صادرکننده است که بهای صادرات را تعیین می‌کند و با آن بها، قرارداد فروش برای صادرات، منعقد می‌گردد. روش دیگری نیز وجود دارد و اغلب، زمانی مطرح می‌شود که تولیدکننده و بازرگان واسطه، به عنوان طرفین تجاری مرتبط، شناخته می‌شوند. براین اساس، این ادعا ممکن است مطرح شود که چون طرفین دارای منافع اقتصادی مشترک هستند و جزو یک واحد اقتصادی تلقی می‌شوند، قیمت‌های مطرح‌شده بین آن‌ها، قابل اعتماد نیست. در این حالت، از طرفین خواسته می‌شود تا تمام فروش‌های خود را به کشور واردکننده چه به طور مستقیم چه از طریق بازرگانان واسطه در پرسش‌نامه‌های داده‌شده گزارش کنند. در این حالت، بهای صادرات در واقع بهایی است که توسط بازرگانان واسطه از واردکنندگان در کشور مقصد دریافت می‌شود.

شایان ذکر است که گاهی بهای صادرات هرگز وجود ندارد. این امر زمانی رخ می‌دهد که بهای صادراتی توافق‌شده، مورد اعتماد نباشد یا در معاملات پایاپای، اساساً قیمتی ذکر نشده باشد. بهای صادراتی ممکن است بخاطر وجود شرکت یا ترتیبات جیرانی میان صادرکننده و واردکننده یا یک شخص ثالث، موثق نباشد. در مواد ۲-۳ و ۲-۴ از این موافقت‌نامه، برای این شرایط خاص، قواعد مهمی ارائه شده است. براساس ماده ۲-۳ مسئولین ذی‌ربط می‌توانند در

این شرایط بهای صادرات را بر پایه بهایی که محصولات وارد شده، برای اولین بار در آن قیمت به یک خریدار مستقل، مجدداً فروخته شده است، ایجاد کند. اگر محصولات مزبور به خریدار مستقل، مجدداً فروخته نشود یا در شرایطی که وارد می‌شوند مجدداً به فروش نرسند، قیمت صادراتی بر مبنای معقولی که مقامات مزبور تعیین می‌کنند، معین می‌شود (بتالی، ۲۰۰۷، ص ۱۷).

ج) ارزش عادی

ارزش عادی، به قیمت فروش قابل مقایسه کالای مشابه در کشور صادرکننده در جریان معمول تجارت، گفته می‌شود. تشخیص ارزش عادی همواره ساده نیست. ماده ۲-۱ از موافقت‌نامه ضد دامپینگ، به طور غیرمستقیم ارزش عادی را به عنوان بهای قابل مقایسه در «جریان معمول تجارت»^۱ برای محصول مشابهی تعریف کرده است که قرار است در کشور صادرکننده، مصرف شود. به عبارت دیگر، ارزش عادی، عمدتاً بهای محصول مشابهی است که در کشور صادرکننده مصرف می‌شود و بهای آن نیز در جریان معمول تجارت تعیین شده است (آلستون و لوی، ۲۰۰۵، ص ۱۷). در موافقت‌نامه ضد دامپینگ، مفهوم جریان معمول تجارت تعریف شده است، اما در ماده ۱-۲ تصریح شده که بهای داخلی، در جریان معمول تجارت بازار باید به عنوان ارزش عادی مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین مسئولین باید بررسی کنند که آیا فروش داخلی، در جریان معمول تجارت، رخ داده یا خیر. دلایل مختلفی برای عدم فروش، مطابق روند معمول تجارت در بازار وجود دارد که دو نمونه آن شایان ذکر است: ۱- تمام یا بخشی از معاملات داخلی در بهایی کم‌تر از هزینه تولید صورت گرفته‌اند و ۲- معاملات داخلی با طرفین تجاری مرتبط، صورت گرفته‌اند.

قطعاً وقتی هیچ فروش داخلی وجود ندارد، ارزش عادی را نمی‌توان براساس فروش داخلی تعیین نمود. از این رو، اگر تولیدکننده فقط به منظور صادرات، کالای خود را بفروشد، ارزش عادی وی باید بر پایه معیاری دیگر تعیین شود. هم‌چنین به عنوان مثال اگر یک تولیدکننده، میگوی منجمد خود را به دلیل فاصله مکانی زیاد بین بازارهای فروش داخلی، تنها صادر کند، فروش داخلی و بین‌المللی با یکدیگر قابل مقایسه نبوده و بار دیگر بهای صادرات این محصول، باید با ارزش عادی آن، که به نوعی دیگر تعیین شده، مقایسه شود. هم‌چنین، ممکن است حجم

1. Ordinary course of trade

فروش در بازار داخلی نسبتاً کم باشد که این مسئله اغلب در کشورهای مثل سنگاپور، هنگ‌کنگ اتفاق می‌افتد که بازارهای داخلی کوچکی دارند (استان بروک و بتالی، ۱۹۹، ص ۴۵).

در ماده ۲-۲ موافقت‌نامه تصریح شده است ارزش عادی، ممکن است براساس صادرات، به کشور طرف سوم با ارزش عادی ایجادشده در سه حالت زیر تعیین شود: در جریان معمول تجارت هیچ فروش داخلی از محصول مشابه وجود نداشته باشد؛ فروش داخلی محصول مشابه بسیار کم باشد؛ و در بازار داخلی شرایط خاصی ایجاد شده باشد.

مورد اول کاربرد بسیار کمی دارد و فقط در ایالات متحده در مواردی خاص از آن، استفاده می‌شود. بسیاری از کشورهای دیگر، ترجیح می‌دهند حالت دوم را در نظر بگیرند و مورد سوم به ندرت پیش می‌آید. ماده ۲-۲ موافقت‌نامه، ارزش عادی ایجادشده را هزینه تولید در کشور مبدأ به علاوه مقداری منطقی از هزینه‌های مدیریتی، فروش و هزینه‌های کلی و مزایا، تعریف می‌کند.

براساس ماده الحاقی به ماده ۶ مقررات سال ۱۹۹۴ گات در مورد واردات از کشوری که در آن، امتیازات انحصاری تجاری وجود دارد و تمام قیمت، توسط دولت تعیین می‌شود، مشکلاتی در تعیین بهای قابل‌مقایسه وجود خواهد داشت و باید در نظر داشت در چنین کشورهایی، مقایسه بها با بهای داخلی فروش محصولات، امری منطقی و قابل‌قبول نخواهد بود. این ماده الحاقی، در گذشته برای نفي هزینه‌ها و قیمت‌ها در کشورهای دارای «اقتصاد غیر بازاری»^۱ مورد استفاده قرار می‌گرفت، چرا که قیمت‌ها در این کشورها توسط دولت و نه توسط خود بازار تعیین می‌گردید.

این ماده تنها این امر را پذیرفته که قیمت‌های داخلی، در چنین اقتصادهایی ممکن است قابل‌اعتماد نباشد و چیز بیش‌تری بیان نمی‌کند. از آن‌جا که موافقت‌نامه در این خصوص، ساکت است، نحوه تعیین ارزش عادی در کشورهای با اقتصاد غیربازاری، بسیار متنوع است و بستگی به این دارد که کشور واردکننده، کالای دامپ‌شده آن را چگونه تفسیر کند (آلستون و لوی، ۲۰۰۵، صص ۴۵-۴۴). به نظر می‌رسد سازمان تجارت جهانی، با سکوت در این زمینه، مشکلات بسیاری برای کشورها در برخورد با کشورهای دارای اقتصاد غیر بازاری ایجاد کرده

1. non-market economies

است. امید است این نقص در نشست‌های بعدی سازمان برطرف گردد.

د) مقایسه بهای صادرات با ارزش عادی

وقتی بهای صادرات و ارزش عادی، براساس قواعد مذکور، تعیین گردید، این دو بها باید مقایسه شوند. ماده ۲-۴ موافقت‌نامه تصریح می‌کند که باید مقایسه عادلانه‌ای بین این دو بها صورت گیرد. این مقایسه باید در یک سطح مشابه تجاری و در نزدیک‌ترین زمان به زمان بررسی صورت گیرد. از آن‌جا که هزینه‌های مدیریتی، فروش و غیره نیز در هر مورد باید لحاظ شوند، تفاوت‌هایی مثل شرایط فروش، مالیات، سطوح تجارت، مقادیر فروش، مشخصات ظاهری محصولات و هر تفاوت دیگر نیز ممکن است بر مقایسه این دو بها تأثیرگذار باشد. در چنین حالتی، باید بهای معمول در سطحی تجاری، مشابه سطح تجاری مربوط به بهای ایجاد شده صادرات، تعیین شود.

بهای صادرات و ارزش عادی، قیمت‌های ناخالص هستند و ممکن است مربوط به توزیع‌کنندگان، کلی‌فروش‌ها و یا خریداران نهایی باشند. به علاوه هزینه‌های مختلفی نیز ممکن است به این بها اضافه شود. مثلاً بهایی که در هنگام تحویل محصول اخذ می‌شود، قطعاً از بهای محصول هنگام خارج شدن از انبار، بیش‌تر است. چرا که هزینه حمل بار نیز بدان افزوده شده است. بنابراین، چنین هزینه‌های جانبی باید از بهای نهایی تحویل محصول، کسر شود.

نکته دیگر در خصوص مقایسه بهای صادرات با ارزش عادی، نرخ تبدیل ارز است. بهای صادرات عموماً در ارزهایی مثل دلار آمریکا و یا یورو تعریف می‌شود. در حالی که ارزش عادی، عمدتاً به پول کشور صادرکننده ارائه می‌گردد. بنابراین برای مقایسه این دو بها، باید یکی از آن‌ها به دیگری تبدیل شود که در بیش‌تر موارد، بهای صادرات به پول محلی کشور صادرکننده تبدیل می‌شود. در ماده ۲-۴-۱ از موافقت‌نامه، قواعدی در خصوص تبدیلات ارز مطرح شده است ولی به این مسئله خاص (نرخ ارز) پرداخته نشده و به صلاح‌دید مسئولین ذی‌ربط در این امر، تأکید شده است. در برخی موارد، فهرستی از نرخ‌های تبدیل ارز در پرسش‌نامه‌هایی که در اختیار طرفین تجاری قرار می‌گیرد، ارائه می‌شود. با این که ممکن است این کار موجب ساده‌تر شدن روند بررسی شود، اما براساس ماده ۲-۴-۱، این نرخ‌ها باید ترجیحاً برابر با همان روز فروش محصول باشد.

وقتی تمام هزینه‌ها از لحظه‌ای که محصول از کارخانه خارج شده و به دست مشتری می‌رسد از بهای صادرات و ارزش عادی آن محصول کسر گردد و سایر تبدیلات و تعدیلات

نیز اعمال شوند، دو نوع بهای خارج از کارخانه باقی می‌ماند: بهای صادرات؛ و دیگری بهای فروش داخلی. این دو بها را می‌توان به دو روش مقایسه نمود. اول: مقایسه بهای متوسط یا بهای متوسط وزن شده کالا و معاملات مختلف با یکدیگر، که در این روش می‌توان بهای متوسط وزن شده کالا در فروش داخلی و بهای متوسط وزن شده کالا در صادرات را محاسبه و سپس با یکدیگر مقایسه نمود یا بهای فروش داخلی و بهای صادرات صورت گرفته در تاریخ مشخص، با هم مقایسه شوند. دوم: مقایسه بهای متوسط عادی وزن شده کالا با بهای صادرات از معامله‌ای به معامله دیگر است که در این روش، بهای عادی متوسط وزن شده کالا یعنی ارزش عادی متوسط محاسبه شده و با بهای صادرات مقایسه می‌شود (لیستر و مرکوریو، ۲۰۰۸، صص ۵۱۱-۵۰۹).

دامپینگ‌های مخرب

همان‌گونه که قبلاً اشاره شد فقط دامپینگی که باعث بروز خسارت یا آسیبی بر صنعت داخلی و تولیدات در کشور واردکننده شود، ممنوع بوده و براساس ماده ۶ گات ۱۹۹۴ و توافق‌نامه ضد دامپینگ، با آن برخورد می‌گردد. براین اساس، دامپینگی را می‌توان مخرب (غارت‌گر) دانست که دارای دو رکن باشد: وجود یا خطر وجود آسیب برای صنعت داخلی؛ و رابطه منطقی و حقیقی بین دامپینگ صورت گرفته و خسارت اقتصادی برزیافته. این دو رکن در زیر با توضیحات بیشتری بیان خواهد شد.

الف) ورود لطمه اقتصادی به صنعت داخلی

اقدامات ضد دامپینگ تنها زمانی اعمال خواهد شد که مرجع رسیدگی، در نتیجه تحقیقات، ورود «لطمه»^۱ به صنعت داخلی کشور واردکننده را احراز نماید. در غیر این صورت، اقدامی در برابر ورود کالا صورت نخواهد گرفت که به آن «دامپینگ تصادفی»^۲ اطلاق می‌شود. در این‌گونه موارد با توجه به عدم ورود خسارت، اقدام تلافی‌جویانه نیز انجام نخواهد شد؛ زیرا فلسفه

1. Injury

۲. دامپینگ تصادفی عبارت است از فروش اتفاقی یک کالا در خارج با قیمتی کمتر از هزینه تولید یا قیمتی کمتر از قیمت داخلی آن جهت تخلیه مازاد پیش بینی شده‌ی کالاها بدون آن که باعث کاهش بهای کالا در داخل کشور واردکننده شود. از آنجایی که این دامپینگ آثار مخربی برای صنعت داخلی کشور وارد کننده ندارد، عوارض ضد دامپینگ در این مورد وضع نمی‌شود. برای تحقق دامپینگ، الزاماً ورود لطمه بر صنایع داخلی ضروری نیست و آنچه در قوانین ضد دامپینگ ذکر شده و از وقوع زیان بالفعل یا بالقوه سخن به میان آمده است، تنها ناظر به نوع مخرب دامپینگ است.

وضع عوارض گمرکی اضافی، کاهش یا از بین بردن لطمه وارده است. واژه «لطمه» در ماده ۶ گات و موافقت‌نامه دامپینگ به معنای آسیب جدی به صنعت داخلی، خطر ایراد خسارت مهم به صنعت داخلی و یا تأخیر مهم در شکل‌گیری صنعت داخلی است. (پلامیتر، ۲۰۰۲، ص ۱۷۳)

مفهوم «صنعت داخلی»^۱ از معنا و مفهوم محصول مشابه، ناشی و مشتق می‌شود. براساس ماده ۴-۱ موافقت‌نامه، صنعت داخلی در واقع همان تولیدکنندگان داخلی محصول مشابه هستند که البته ممکن است یک یا چند تولیدکننده باشند. صنعت داخلی، همان نهادی است که دادخواست یا درخواست شروع روند بررسی ضد دامپینگ را ارائه می‌دهد و داده‌های مورد نیاز برای تعیین خسارت وارده را فراهم می‌کند. براساس موافقت‌نامه، لحاظ نمودن تمام تولیدکنندگان محصول مشابه در مفهوم صنعت داخلی امری منطقی نیست، چرا که این تولیدکنندگان، ممکن است مرتبط با صادرکنندگان یا واردکنندگان بوده و یا خود واردکننده آن محصول دامپ‌شده باشند. تولیدکنندگان مرتبط، ممکن است در کل سود حاصله توسط تولیدکنندگان داخلی سهم نباشند.

در اتحادیه‌های منطقه‌ای مانند مناطق تجارت آزاد یا اتحادیه‌های گمرکی مانند اتحادیه اروپا که با وجود بازار واحد متحد، در هر یک از این مناطق تجاری است، هر لطمه به صنعت موجود در آن اتحادیه، لطمه به همه دولت‌های عضو این اتحادیه محسوب می‌شود. به عبارت دیگر، در مواردی که یک یا چند کشور طبق مقررات قسمت (الف) از بند ۱ ماده ۲۴ گات ۱۹۹۴ به چنان سطحی از ادغام دست یابند که خصوصیات بازار واحد را پیدا کنند، صنعت در سراسر منطقه موضوع ادغام، به معنای صنعت داخلی خواهد بود.

موافقت‌نامه ضد دامپینگ مقرر می‌دارد که برای اعمال اقدامات ضد دامپینگ، مقامات تحقیق‌کننده کشور واردکننده عضو، باید لطمه به صنعت داخلی را تشخیص دهند. هر چند در موافقت‌نامه واژه «لطمه» تعریف نشده است، اما مقرر می‌دارد که تشخیص لطمه باید مستند به مدارک مثبت و شامل بررسی عینی دو عامل به شرح زیر باشد: حجم واردات زیر قیمت و اثر واردات زیر قیمت بر قیمت محصولات مشابه در بازار داخلی؛ و اثر بعدی واردات مزبور بر تولیدکنندگان داخلی چنین محصولاتی.

ماده ۳ موافقت‌نامه، چند عامل دیگر را نیز که باید در ارزیابی «لطمه» مدنظر قرار گیرد،

1. Domestic industry

برمی‌شمارد، ولی قواعد چندانی در خصوص این که این عوامل را چگونه باید ارزیابی کرد، ارائه نمی‌دهد. موافقت‌نامه، مقرر می‌دارد که خطر لطمه مهم باید براساس واقعیات و نه صرفاً مبتنی بر ادعا، حدس یا احتمال بعید، مشخص شود. مقصود از خطر مهم آن است که لطمه قریب الوقوع و به وضوح، قابل پیش‌بینی باشد.

موافقت‌نامه به بررسی عواملی که در خصوص اثبات لطمه ضرورت دارد می‌پردازد. از جمله این عوامل، حجم واردات دامپ‌شده و تأثیر آن بر قیمت‌ها است. در این خصوص، مرجع تحقیق باید بررسی کند که آیا افزایش قابل ملاحظه در واردات دامپ‌شده نسبت به تولید یا مصرف کشور واردکننده صورت گرفته است یا خیر. در رابطه با اثر واردات دامپ‌شده بر قیمت‌ها نیز، مقامات تحقیق‌کننده بررسی خواهند کرد که آیا فروش کالاهای دامپ‌شده در مقایسه با قیمت‌های محصولات مشابه، در کشور واردکننده به نحو چشم‌گیری پایین‌تر بوده است یا خیر. از جمله عوامل دیگر، تأثیر واردات دامپ‌شده بر تولیدکنندگان داخلی چنین محصولاتی است. موافقت‌نامه مقرر می‌دارد که در بررسی اثر واردات زیر قیمت بر صنعت داخلی، باید تمام عوامل اقتصادی موثر بر صنعت داخلی را مدنظر قرار داد.

همان‌طور که پیشتر گفته شد، اصطلاح «خسارت وارده» در متن موافقت‌نامه، تنها به خسارت بالفعل وارد شده بر صنعت داخلی اشاره ندارد، بلکه می‌تواند خطر بروز آسیب مالی را نیز شامل شود. براساس ماده ۳-۷ موافقت‌نامه این خطر باید براساس حقایق و شواهد صورت گیرد و حدس و احتمال و ادعای سایرین نمی‌تواند توجیهی برای اعمال اقدامات ضد دامپینگ شود (ون دن بوچه، ۲۰۰۵، صص ۵۳۳-۵۳۲). ورود خسارت، هم‌چنین شامل مواردی می‌شود که شکل‌گیری صنعت داخلی، دچار اختلال شده و ایجاد یک صنعت داخلی جدید، دچار کندی یا تأخیر قابل توجه می‌شود. برای تأیید چنین رخدادی، شواهدی قطعی همچون طرح‌ها و نقشه‌های موجود برای ایجاد یا توسعه صنعت مورد نظر، اسناد مربوط به سفارش تجهیزات و ماشین‌آلات، باید وجود داشته باشد (ون دن بوچه، ۲۰۰۵، ص ۵۳۴).

ب) رابطه سببیت بین دامپینگ و ورود لطمه اقتصادی

براساس ماده ۳-۵ موافقت‌نامه، باید بین دامپینگ و خسارت وارده بر صنعت داخلی، رابطه‌ای منطقی و قطعی اثبات گردد. برای تشخیص این رابطه، باید تمام شواهد موجود توسط مسئولین ذی‌ربط مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد. در واقع براساس موافقت‌نامه، واردات دامپینگ همواره علت اصلی و اساسی در بروز آسیب و خسارت به صنعت داخلی نیست.

موافقت‌نامه، عوامل مختلفی را که می‌توانند در اثبات وجود ارتباط منطقی بین دامپینگ و خسارت وارده بر صنعت داخلی دخیل باشند، بیان داشته است. این عوامل عبارتند از: بها و حجم صادرات فروخته‌شده در بهای دامپینگ، کاهش تقاضای محصول یا تغییر در الگوی مصرف، محدودیت تجارت و رقابت بین تولیدکنندگان داخلی و خارجی، توسعه فناوری، صادرات و تولید در صنعت داخلی.

در ماده ۳-۵ موافقت‌نامه، اصطلاحی با عنوان «عوامل غیر مرتبط»^۱ آمده و معنا و مفهوم آن این است که مسئولین ذی‌ربط، در امر تشخیص دامپینگ باید تمام فاکتورهای آسیب‌زننده به صنعت داخلی را در کنار عامل واردات دامپینگ مورد شناسایی قرار داده، آن‌ها را کنار گذاشته و از ارتباط دادن آن‌ها به واردات دامپینگ خودداری کنند. از آن‌جا که براساس موافقت‌نامه ضد دامپینگ، همواره دلیل بروز خسارت در صنعت داخلی، واردات دامپینگ نیست، از این رو مسئولین ذی‌ربط باید تمام فاکتورهای مرتبط با بروز خسارت و آسیب در صنعت داخلی را ارزیابی و شناسایی کرده و تأثیر منفی آن‌ها بر صنعت داخلی را به واردات دامپینگ نسبت ندهند (ون دن بوچه، ۲۰۰۵، ص ۵۳۵).

آخرین عامل موثر در اثبات رابطه منطقی و حقیقی بین دامپینگ و خسارت اقتصادی، ارزیابی کلی است. منظور از ارزیابی کلی، در نظر گرفتن تأثیرات ناشی از واردات دامپینگ در چندین کشور در تشخیص این مهم که آیا دامپینگ منجر به بروز خسارت و آسیب در صنعت داخلی شده است یا نه. این‌گونه ارزیابی کلی، در تمام موقعیت‌ها و شرایط، الزامی و اجباری نیست و فقط زمانی مجاز خواهد بود که مسئولین ذی‌ربط موارد زیر را تشخیص داده باشند: حد دامپینگ به دست‌آمده در ارتباط با واردات از هر کشور، بیش‌تر از ۲ درصد بهای صادرات باشد و حجم واردات از هر کشور قابل توجه باشد. یعنی به طور عادی بیش‌تر از ۳ درصد واردات محصول مشابه در بازار کشور واردکننده باشد. ارزیابی کلی مورد نظر در راستای شرایط رقابت تجاری بین محصولات وارداتی و محصولات مشابه متناسب و منطقی صورت می‌گیرد.

به طور خلاصه، برای انجام اقدامات ضد دامپینگ، نخست باید لطمه عمده‌ای به صنعت داخلی کشور واردکننده، وارد شود و سپس رابطه منطقی بین دامپینگ و خسارت وارده، وجود داشته باشد. احراز موارد فوق، بر عهده مراجع تحقیق می‌باشد که در مباحث بعدی بررسی

1. non- attribution requirement

خواهد شد.

روند مقابله با دامپینگ

کشورها برای مقابله با دامپینگ خطرزا، همانند دادرسی‌های حقوقی، ابتدا باید یک رشته از تحقیقات و بررسی‌ها را شروع کنند تا اثبات گردد که دامپینگ زیان‌بار رخ داده است. سپس در مورد نحوه مقابله با آن و این که چه نوع اقدامات جبرانی باید معمول داشت، تصمیم بگیرند. ماده ۵-۱ موافقت‌نامه شرایط و آیین انجام تحقیقات را مقرر داشته و آن را به عنوان الگو به کشورهای عضو، پیشنهاد داده است.

برای اعمال اقدامات ضد دامپینگ، اولین مرحله انجام تحقیقات است. طبق مواد ۵-۱ و ۶-۱ موافقت‌نامه، تحقیق به دو صورت آغاز می‌شود: یا مقامات مجاز کشور واردکننده، خود اقدام به آغاز تحقیق می‌کنند یا متعاقب درخواست کتبی صنعت داخلی، این تحقیقات توسط دولت آغاز می‌شود. چنانچه در اوضاع و احوال خاص، مقامات ذی‌ربط تصمیم بگیرند که بدون دریافت درخواست کتبی از یک صنعت داخلی تحقیقات را شروع کنند، ضرورت دارد مدارک کافی در دست باشد که دامپینگ رخ داده و این دامپینگ به صنایع داخلی، خسارت وارد کرده و بین دامپینگ و خسارت وارده نیز رابطه علیت وجود دارد.

اما در شیوه آغاز تحقیق با درخواست صنعت داخلی، باید درخواستی از سوی صنعت داخلی یا از جانب آن‌ها ارائه شود. مانند هر دعوی حقوقی که ذی‌نفع باید درخواست رسیدگی بنماید. براساس ماده ۵-۴ موافقت‌نامه، درخواست به عمل آمده در صورتی توسط یا از جانب صنعت داخلی تلقی می‌شود که مورد حمایت آن دسته از تولیدکنندگان داخلی باشد که مجموع تولیدشان بیش از ۵۰ درصد کل تولید محصول مشابه تولیدشده در آن بخش از صنعت داخلی، که حمایت خود را با درخواست ابراز داشته‌اند، باشد. البته وقتی آن دسته از تولیدکنندگان داخلی که از درخواست مزبور صراحتاً حمایت می‌کنند، کم‌تر از ۲۵ درصد کل تولید محصول مشابه تولیدشده در صنعت داخلی را در اختیار داشته باشند، هیچ تحقیقی آغاز نخواهد شد.

درخواست شروع تحقیق، باید حاوی مدارکی در مورد دامپینگ، لطمه و رابطه علی میان واردات دامپ‌شده و لطمه ادعایی باشد. تنها ادعا، بدون این که طبق مدارک مربوط اثبات شده باشد نمی‌تواند از لحاظ موافقت‌نامه، کافی تلقی گردد. در خواست مزبور باید حاوی مطالب زیر باشد: مشخصات طرفین؛ حجم و ارزش تولید داخلی محصول مشابه توسط متقاضی در مواردی که درخواست کتبی از جانب صنعت داخلی به عمل آید؛ نوع محصول دامپ‌شده؛ اطلاعاتی در

مورد قیمت‌های فروش محصول مورد بحث، به منظور مصرف در بازارهای داخلی کشور یا کشورهای مبدأ یا صادرکننده؛ اطلاعاتی در مورد قیمت‌های صادراتی و یا در صورت اقتضاء، اطلاعاتی در خصوص قیمت‌هایی که محصول برای بار اول به آن قیمت‌ها، به خریدار داخلی در قلمرو کشور واردکننده عضو، مجدداً فروخته می‌شود؛ اطلاعاتی در مورد تعیین زمان واردات دامپینگ مورد ادعا؛ اثر واردات مزبور بر قیمت‌های محصول مشابه در بازار داخلی و اثر بعدی این واردات بر صنعت داخلی.

نکته دیگر در مورد تحقیق این است که مقامات تحقیق، از علنی کردن درخواست آغاز تحقیق باید خودداری کنند، مگر این که تصمیمی در خصوص آغاز تحقیق اتخاذ شده باشد. مقامات تحقیق، مکلفند قبل از انجام تحقیقات ضد دامپینگ، دولت صادرکننده را از دریافت شکایت، مطلع نمایند. به محض آغاز تحقیقات، مقامات باید متن کامل تقاضانامه کتبی را در اختیار دولت صادرکننده قرار دهند. با شروع تحقیقات، به تمام طرف‌های ذی‌نفع در مورد اطلاعاتی که مقامات لازم دارند اطلاع و به آن‌ها فرصت مناسبی داده خواهد شد که تمام مدارکی را که در زمینه تحقیق مورد بحث، مرتبط می‌دانند، کتباً ارائه نمایند و هم‌چنین فرصت کافی برای دفاع از منافع‌شان داده خواهد شد (رای، ۲۰۰۴، ص ۲۰۲). به صادرکنندگان یا تولیدکنندگان خارجی دریافت‌کننده پرسش‌نامه‌های مورد استفاده در تحقیق ضد دامپینگ، فرصت داده می‌شود که حداقل ۳۰ روز از زمان دریافت پرسش‌نامه پاسخ دهند.

نکته دیگری که باید در روند تحقیقات مد نظر قرارداد، مقامات تحقیق‌کننده است. در موافقت‌نامه، به طور روشن و آشکار مقامات تحقیق، معین شده‌اند. در زیرنویس ماده ۲-۱-۲ موافقت‌نامه آمده است: «وقتی که واژه مقامات در موافقت‌نامه حاضر به کار می‌رود، باید آن را به معنای مقاماتی که در رده مناسبی قرار دارند، تفسیر کرد». در قوانین بعضی از کشورها مثل چین ۲ دسته مقامات تعیین شده‌اند: مقامات تشخیص دامپینگ و مقامات تشخیص لطمه. در موافقت‌نامه، الزامی مبنی بر تفکیک میان مقامات مسئول تشخیص دامپینگ و تشخیص لطمه وجود ندارد، هر چند تفکیک میان این دو مقام، شفافیت بیشتر را فراهم می‌سازد. به هر صورت، به نظر می‌رسد وجود ۲ مقام مسئول متمایز، در کشورهای در حال توسعه پرهزینه و تشریفاتی است. (سینکار، ۲۰۰۴، ص ۱۲۶۶)

اقدامات حین رسیدگی

اتخاذ تصمیم نهایی در مورد دامپینگ، مستلزم انجام تحقیقات کامل است. با این حال،

رسیدگی به دعوی ضد دامپینگ همیشه جریان ساده و عادی نداشته و گاه در خلال رسیدگی، مسایلی پیش می‌آید که مرجع رسیدگی، مکلف به اتخاذ تصمیم مقتضی در مورد آن‌ها است. اتخاذ «اقدامات موقتی»^۱، «تعهد قیمت»^۲ و رسیدگی در مورد صادرکننده یا صادرکنندگان جدید، مهم‌ترین مسایلی هستند که در اثنای رسیدگی، ممکن است مطرح شوند. اگر مرجع رسیدگی به طور مقدماتی تشخیص دهد که دامپینگ محقق شده و ظن ورود لطمه به صنعت داخلی وجود دارد، در این صورت، مرجع رسیدگی می‌تواند اقدامات ضروری را برای جلوگیری از ورود زیان بیش‌تر به طور موقت اتخاذ کند. از سوی دیگر چنان‌چه صادرکننده، متعهد شود که قیمت-های صادراتی خود را مورد بازنگری قرار دهد به طوری که برای مقامات کشور واردکننده محرز شود که آثار زیان‌بار دامپینگ محو می‌شود، رسیدگی می‌تواند بدون اجرای اقدامات موقتی تا وضع نهایی حقوق و عوارض ضد دامپینگ، خاتمه یابد. به علاوه، در جریان رسیدگی به دعوی دامپینگ، ممکن است کشور یا کشورهای دیگر همان نوع کالای دامپ شده را از تولیدات خود وارد کشور رسیدگی‌کننده نماید، لذا رسیدگی به صادرات کشور مزبور نیز ضروری است (ون دن بوچه، ۲۰۰۵، ص ۵۴۰).

در خصوص اقدامات موقتی، موافقت‌نامه، مقررات ویژه‌ای در خصوص امکان اتخاذ اقدامات موقتی در طول جریان رسیدگی، پیش‌بینی کرده است. البته این اقدامات، در صورتی اتخاذ می‌شود که به طور مقدماتی تشخیص داده شود که دامپینگ و لطمه بعدی آن به صنعت داخلی، محقق شده است. طبق ماده ۷-۱ موافقت‌نامه، اقدامات موقتی در صورتی می‌تواند اعمال شود که مقامات مربوطه، چنین اقداماتی را برای جلوگیری از ضرری که در خلال تحقیقات از دامپینگ ناشی می‌شود، ضروری تشخیص دهند. اقدامات موقتی به صورت‌های گوناگون تعیین می‌شوند. اقدامات موقتی، به شکل وضع عوارض موقتی یا ترجیحاً وثیقه، اعم از وجه‌الضمان یا ضمانت‌نامه، معادل میزان عوارض ضد دامپینگ، است که به طور موقت تخمین زده شده است و نباید از میزان «حاشیه دامپینگ»^۳ فراتر رود. اقدامات موقتی، زودتر از ۶۰ روز پس از تاریخ آغاز تحقیقات اجرا نخواهد شد و اجرای اقدامات موقتی، برای مدت کوتاهی بوده و از ۴ ماه تجاوز

1. Provisional measures

2. Price undertaking

۳. حاشیه دامپینگ میزان عوارض گمرکی اضافی است که به کالاهای موضوع دامپینگ اعمال می‌شود که فاصله بین قیمت واقعی و قیمت دامپ شده را پوشش دهد.

نخواهد کرد و یا بنا به تصمیم مقامات ذی‌ربط و درخواست صادرکنندگانی که درصد قابل‌توجهی از تجارت مورد نظر را در اختیار دارند، حداکثر ۶ ماه خواهد بود. تعهد قیمت، از جمله اقدامات دیگر حین رسیدگی است. صادرکننده یا کشور صادرکننده می‌تواند در اثباتی تحقیقات، متعهد شود که با افزایش قیمت محصول دامپ‌شده، کشور واردکننده را از وضع عوارض ضددامپینگ، منصرف کند. در مواردی هم که محصول صادراتی از یارانه غیرمجاز برخوردار است، قبول تعهد بدین معنی است که دولت مزبور ملتزم می‌شود که از اعطای این دسته یارانه‌ها خودداری کند (مورکر و کورت، ۱۹۸۹، ص ۷۵). برای قبول تعهد، صادرکننده یا دولت صادرکننده، پیشنهادی را به مرجع رسیدگی کشور واردکننده ارائه می‌دهد تا مرجع مزبور در خصوص قبول یا رد آن، تصمیم بگیرد. تعهد، در صورت قبول، تا زمانی ادامه می‌یابد که وضعیت مخرب ناشی از دامپینگ یا یارانه رفع شود و با رفع شدن آن، تعهدات لغو می‌گردد. چنانچه تعهد از سوی متعهد نقض گردد، مرجع مزبور می‌تواند عوارض موقت را با توجه به اوضاع و احوال قضیه وضع کند و در صورتی که رسیدگی به دعوی به حالت تعلیق در آمده باشد، تعلیق خاتمه می‌یابد و رسیدگی مجدد آغاز می‌شود (توماس و شارپ، ۲۰۰۱، ص ۳۶).

گاهی در حین رسیدگی به دعوای ضددامپینگ، صادرکننده یا صادرکنندگان جدیدی، همان محصول را به کشور واردکننده صادر می‌کنند. از آنجا که بر اثر واردات محصول دامپ‌شده، صنعت داخلی دچار خسارت یا تهدید جدی شده است، ورود همان محصول هر چند از سوی صادرکنندگانی که دامپینگ به آنان منتسب نیست، می‌تواند خطرناک باشد. این موضوع تنها در ماده ۹-۵ موافقت‌نامه آمده و طبق آن، صادرکنندگان یا تولیدکنندگان که در دوره رسیدگی کالای مورد نظر را به کشور واردکننده، صادر کرده‌اند می‌توانند کتبا از مرجع تحقیق، درخواست کنند که حاشیه دامپینگ را معین کند. اگر صادرکنندگان جدید بتوانند ثابت کنند که کالاهای آنان با کالاهای مشمول اقدامات ضددامپینگ، ارتباطی ندارند، حاشیه دامپینگ نسبت به کالاهای آنان، اعمال نمی‌شود.

اقدامات ضددامپینگ

مرجع رسیدگی‌کننده پس از انجام تحقیقات کامل، به وضع عوارض گمرکی اضافی در مقابله با دامپینگ اقدام می‌کند. وقتی شرایط برای وضع حقوق و عوارض ضددامپینگ فراهم است، مقامات کشور واردکننده، هم‌چنین باید تصمیم بگیرند که آیا عوارض گمرکی اضافی

اعمال شود و میزان آن چه اندازه باشد. اصول حاکم بر تجارت آزاد، موافقت‌نامه را بر آن داشته که مراجع ملی را به وضع عوارض، به مقدار کم‌تر از حاشیه دامپینگ تشویق کند. بدین معنا که اگر عوارض به میزان حاشیه دامپینگ بیش از میزان لازم برای رفع لطمه باشد، سازمان به کشور واردکننده توصیه می‌کند که میزان عوارض را تا حدی که برای رفع لطمه کافی است، کاهش دهد.

مطابق مفاد موافقت‌نامه، عوارض ضد دامپینگ، بر دو مبنا وضع می‌شود: وضع عوارض بر مبنای عطف به‌ماسبق‌شدن؛ و وضع عوارض ناظر بر آینده. هنگامی که میزان عوارض ضد دامپینگ بر مبنای عطف به‌ماسبق‌شدن ارزیابی می‌گردد، پرداخت عوارض باید ظرف مدت ۱۲ ماه اتفاق افتاده و در هیچ موردی نباید بیش از ۱۸ ماه از تاریخ درخواست تعیین میزان عوارض ضد دامپینگ باشد. عوارض ضد دامپینگ ناظر به آینده، زمانی محقق می‌شود که مقامات ملی، عوارض نهایی یا قطعی را بر واردات کالاهایی که از این به بعد وارد می‌شوند، وضع می‌کنند. در این نوع عوارض، استرداد فوری هرگونه حقوق و عوارض پرداختی مازاد بر حاشیه دامپینگ، پیش‌بینی می‌شود.

موافقت‌نامه، به تبعیت از اصل حقوقی «عطف به‌ماسبق‌شدن امر حادث به گذشته» مقرر می‌دارد که اقدامات موقتی و حقوق و عوارض نهایی ضد دامپینگ، در مورد محصولاتی که قبل از تاریخ لازم‌الاجرا شدن تصمیمات، مبنی بر اتخاذ تصمیم نهایی یا موقت وارد شده‌اند، اعمال نشده و به تعبیر حقوقی عطف به‌ماسبق نمی‌شود. با این حال، در برخی شرایط خاص، این قاعده رعایت نشده و عوارض، عطف به‌ماسبق می‌گردند. پس از وضع عوارض ضد دامپینگ باید دوره زمانی که این عوارض اعمال خواهند شد نیز مشخص گردد.

موافقت‌نامه، با توجه به اصل تجارت آزاد و استثنایی بودن وضع عوارض ضد دامپینگ، یک قاعده کلی مقرر می‌دارد: «عوارض ضد دامپینگ تنها تا مدت و اندازه‌ای اجرا و اعمال خواهد شد که برای خنثی کردن اثر رسیدگی که مسبب خسارت است، ضروری باشد». موافقت‌نامه، برای جلوگیری از سوءاستفاده احتمالی کشورها و ممانعت از این که کشورها به بهانه خنثی شدن اثر دامپینگ، عوارض اضافی را سال‌های متمادی اعمال نمایند، در ماده ۱۱-۳، مدت مجاز اعمال عوارض قطعی را مشخص کرده است. به موجب این ماده، «هرگونه عوارض ضد دامپینگ حداکثر ۵ سال از تاریخ اعمال (یا از تاریخ آخرین تجدیدنظر، مطابق بند ۲ در صورتی که تجدیدنظر، هم دامپینگ هم خسارات را شامل شود) خاتمه می‌یابد». تعیین سقف مزبور گویای

آن است که تدوین‌کنندگان مقررات موافقت‌نامه به تبعیت از اصل تجارت آزاد و روح حاکم بر مقررات سازمان تجارت جهانی، به عوارض دامپینگ به چشم یک استثنا نگریسته و کوشیده‌اند تا قلمرو آن را تا حد امکان مضیق سازند. برای این که اعمال این حقوق و عوارض، باعث از بین بردن رقابت بین تولیدکنندگان داخلی و خارجی نشود، عوارض مزبور در یک بازه زمانی معین، اعمال می‌شود. موافقت‌نامه برای اولین بار شرط افول یا لغو اتوماتیک حقوق و عوارض ضد دامپینگ را مقرر نموده است. طبق این ماده، عوارض ضد دامپینگ قطعی حداکثر ۵ سال پس از وضع آن یا تاریخ آخرین تمدید تجدیدنظر، لغو خواهد شد.

طبق ماده ۱۱-۲ از موافقت‌نامه، تصمیماتی که در پایان دعوی ضد دامپینگ اتخاذ می‌شود، قابل تجدیدنظرخواهی است. تقاضای تجدیدنظر از مقامات کشور وارده‌کننده بعمل خواهد آمد. هم‌چنین طبق موافقت‌نامه اگر مدت معقولی از تاریخ وضع عوارض قطعی ضد دامپینگ گذشته باشد به تقاضای هر ذی‌نفع که اطلاعات مثبتی دال بر نیاز به تجدیدنظر ارائه شود، تجدیدنظرخواهی انجام خواهد شد. موافقت‌نامه، درخواست ذی‌نفع را برای تجدیدنظر، مشروط به یک مدت معقولی نموده است ولی در مورد این که چه مدتی معقول است، ساکت می‌باشد. این مسئله باعث می‌گردد عوارض وضع شده از سوی مرجع تحقیق برای مدت‌ها قابل اعتراض باشد و قطعیت تصمیم صادره را متزلزل می‌نماید.

مقابله با طفره فریب‌کارانه

از جمله مشکلاتی که ممکن است پس از خاتمه رسیدگی و وضع عوارض ضد دامپینگ بروز کند، «طفره فریب‌کارانه» است. طفره فریب‌کارانه دورزدن و فرار از عوارض ضد دامپینگ از طریق شیوه‌های متقلبانه است؛ مانند وارد کردن قطعات و سوار کردن آن‌ها (مونتاژ محصول) و یا اعمال تغییرات اندک در محصول و یا تغییر مبدا محصول توسط شرکت‌های چند ملیتی و مانند آن. بر این اساس، صادرکننده برای فرار از عوارض ضد دامپینگ، محصول صادراتی را به جای صدور در قالب یک محصول ترکیبی، به قطعات مختلف تجزیه کرده و همان محصول را در قالبی متفاوت صادر می‌کند؛ مثلاً به جای صدور خودرو آن را در چند مرحله و از طریق صدور قطعات مختلف به کشور خارجی وارد می‌کند.

نگرانی در خصوص این موضوع، در اواخر دهه ۱۹۸۰ اتحادیه اروپا و آمریکا را به وضع

قوانین ملی در این زمینه برانگیخت و حتی در مذاکرات دور اروگوئه نیز مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت؛ ولی هیچ گونه توافقی نسبت به آن حاصل نشد. با این حال، در نشست مراکش مقرر گردید که کمیته رویه‌های ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی، در سریع‌ترین زمان ممکن، قواعد متحدالشکلی برای مقابله با این اعمال، وضع نماید. تاکنون اقدام نتیجه‌بخشی در این زمینه صورت نگرفته است و از این رو مقرر خاصی برای مقابله با طفره فریب‌کارانه در موافقت‌نامه یا سایر اسناد سازمان تجارت جهانی، وجود ندارد. با این حال، بسیاری از کشورهای در حال توسعه آمریکای لاتین به طور یک جانبه به وضع مقررات ملی در این خصوص اقدام کرده‌اند.

نتیجه

هر چند سازمان تجارت جهانی درصدد آزادسازی تجاری بین کشورهای عضو است، مقررات سازمان نباید محملی برای تجارت غیرعادلانه و نامنصفانه تبدیل شود. صادرات به صورت دامپینگ، یکی از شیوه‌های تجارت غیرمنصفانه است که به موجب آن، صادرکننده‌ای محصولی را در بازار کشور واردکننده به بهایی کم‌تر از ارزش عادی آن به فروش می‌رساند. با پیوستن کشورها به سازمان تجارت جهانی، کشورهای عضو، متعهد می‌شوند که تعرفه‌های گمرکی خود را طبق جداول مربوط افزایش نداده بلکه متعهدند به تدریج، آن‌ها را کاهش دهند. عدم امکان افزایش تعرفه‌های گمرکی، به کشورهای دیگر امکان می‌دهد که کالاهای خود را در کشور واردکننده دامپ کنند و آن را زیر قیمت معمول به فروش برسانند. هرچند در موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی، صادرات به صورت دامپینگ ممنوع و غیرقانونی تلقی نشده است، ولی چنانچه باعث ایجاد خسارت به صنایع داخلی کشور واردکننده شود، محکوم خواهد بود. زمانی که دامپینگ، باعث شود که به صنایع داخلی کشور واردکننده خسارت وارد شود، کشور واردکننده می‌تواند برای حمایت از صنایع داخلی خود در مقابل تاثیرات منفی دامپینگ، اقدامات ویژه‌ای در پیش گیرد که در شرایط عادی، این اقدامات مغایر با مقررات و شرایط سازمان می‌باشد.

اصل بودن تجارت آزاد از یکسو و استثناء بودن امکان وضع عوارض اضافی برای مقابله با دامپینگ از سوی دیگر، اقتضاء می‌کند که در صورت تردید در تفسیر برخی مواد موافقت‌نامه ضد دامپینگ، آن‌ها به نفع تجارت آزاد و عدم تحقق دامپینگ تفسیر شوند. به تعبیر دیگر، در

صورت تردید در وقوع یا عدم وقوع دامپینگ، باید تفسیری مضیق از مقررات دامپینگ ارائه شده و اصل را بر عدم وقوع دامپینگ گذاشت. این اصل، باید مورد توجه مراجع رسیدگی به دعاوی ضد دامپینگ در آینده نیز قرار گیرد. چنان که آرای صادره از هیأت حل و فصل اختلافات سازمان جهانی تجارت نیز، گویای توجه به اصل تفسیر مضیق مواد موافقت‌نامه ضد دامپینگ است.

عضویت گسترده و رو به رشد کشورها از جمله کشورهای در حال توسعه، در سازمان تجارت جهانی و پذیرش نظام کاهش تعرفه‌ای، احتمال خطر مواجهه با دامپینگ را در این کشورها افزایش خواهد داد. بنابراین، کشورها، برای مقابله با این خطر احتمالی، مجبور به تغییر سیاست‌های اقتصادی خود هستند. هر چند ماده ۱۵ موافقت‌نامه، کشورهای توسعه‌یافته عضو را ملزم می‌کند که در اقدامات ضد دامپینگ خود به موجب این موافقت‌نامه، توجه ویژه‌ای به صنایع کشورهای در حال توسعه کنند، اما نظر به این که این ماده، ضمانت اجرای مشخصی ندارد، از سوی کشورهای توسعه‌یافته چندان رعایت نمی‌شود. موافقت‌نامه ضد دامپینگ برخلاف برخی موافقت‌نامه‌های سازمان جهانی تجارت، در بیان درصدها و احکام، تفاوتی بین کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه قائل نشده است و بنابراین کشورهای در حال توسعه نمی‌توانند به برخورد متعادل‌تر کشورهای توسعه‌یافته با خود، امیدوار باشند.

نوعی از دامپینگ در حال رایج شدن است که محصولات یک کشور با بخش‌هایی وارد شده از کشور یا کشورهایی دیگر ساخته می‌شوند. موافقت‌نامه سازمان جهانی تجارت در تعریف دامپینگ، اشاره‌ای به این نوع دامپینگ نکرده است و لازم است قواعد سازمان در این زمینه اصلاح گردد. هم‌چنین موافقت‌نامه سازمان جهانی تجارت برای تعیین ارزش عادی در کشورهای دارای اقتصاد غیر بازاری، قاعده خاصی ارائه نداده است. پیشنهاد می‌شود سازمان در نشست‌های آتی خود معیار دقیقی، برای تعیین ارزش عادی در این کشورها ارائه دهد تا از سوءاستفاده کشورها از این ابزار حمایتی که خود استثنا است، جلوگیری کند.

از جمله نواقص موافقت‌نامه، عدم تعیین مهلت لازم برای تجدیدنظر در تصمیمات اتخاذ شده است. طبق موافقت‌نامه، اگر مدت معقولی از تاریخ وضع عوارض قطعی ضد دامپینگ گذشته باشد، به تقاضای هر ذی‌نفع که اطلاعات مثبتی دال بر نیاز به تجدیدنظر ارائه می‌کند، تجدیدنظرخواهی انجام خواهد شد. ذکر مدت معقول و عدم تعیین بازه زمانی خاص، باعث بروز مشکلات خواهد شد. از جمله مشکلاتی که ممکن است پس از خاتمه رسیدگی و وضع

عوارض نهایی ضد دامپینگ پیش آید، دست زدن صادرکننده به حیل‌هایی جهت فرار از مقررات ضد دامپینگ است. مقرره‌ای خاص برای مقابله با طفره محیلانه در موافقت‌نامه ضد دامپینگ وجود ندارد که سازمان نیز می‌تواند مشابه ماده ۱۳ مقررات ضد دامپینگ اتحادیه اروپا، برای مقابله با طفره فریب‌کارانه، مقررات مشابهی وضع کند.



منابع و مأخذ

۱. بررسی‌های بازرگانی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، (۱۳۸۰)، دامپینگ، تبعیض در قیمت‌ها در بازرگانی خارجی است، شماره ۱۷۱.
۲. دژم خوی غزاله، مراد پور فرزاد (۱۳۸۳) الزامات ضد قیمت‌شکنی (ضددامپینگ) در سازمان تجارت جهانی و ضرورت تدوین مقررات داخلی مرتبط، مجموعه مقالات همایش راهبرد توسعه اقتصادی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۳. روزنامه رسمی، مورخ ۶/۳/۱۳۵۰، شماره ۷۷۴۰.
۴. سلامه مصطفی (۱۹۹۸)، قواعدالجات الاتفاق العام شعریعات المحرکيه و التجاریه، منظمه التجاره العالمیه، الموسسه الجامعه الدراسات و النشر و التوزیع، الطبعه الاولی.
۵. شیروی، عبدالحسین (۱۳۸۹)، حقوق تجارت بین‌الملل، تهران، انتشارات سمت.
۶. صادقی، محسن (۱۳۸۴)، روش‌های حقوقی مقابله با دامپینگ، چاپ اول، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۷. فرهنگ، منوچهر (۱۳۷۱)، فرهنگ بزرگ علوم اقتصادی انگلیسی به فارسی، ج ۱، چاپ اول، تهران، نشر البرز.
۸. قره باغیان، مرتضی (۱۳۷۲)، فرهنگ و اقتصاد بازرگانی، چاپ اول، موسسه خدمات فرهنگی رسا.
9. Alston Philip, Lowe Vaughan (2005), *The WTO Anti-Dumping Agreement*, Oxford Commentaries on International law, Oxford University Press.
10. Agreement on Implementation of Article VI of The GATT 1994 (Anti-Dumping Agreement) ;availableat: http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/legal_e.htm#antidump.
11. Bentley Philip, Silberston Aubrey (2007) ,*Anti-Dumping and Countervailing Action*, Edward Elgar Cheltenham, UK Northampton, MA, USA.
12. Blonigen Bruce and Prusa Thomas (2003) , *Anti-Dumping* in E. K. choi and J. Harrigen, Handbook of International Trade, Oxford: Blackwell.
13. Cynkar Robert J (2004) , *Dumping on Federalism*, University of Colorado Law Review, Vol 175.
14. DestlerM (1986) ,*American Trade Politics*, System under Stress, Washington

- Institute for International Economics.
15. Lester Simon, Mercurio Brayan (2008) ,*World Trade Law*, Hart Publishing, Oxford and Portland, Oregon.
 16. Morkre Morris and Kurth H (1989) , *Determination Whether Dumped or Subsidized Imports Injure Domestic Industries*, Contemporary Policy Issues, Vol. 7.
 17. New Man. Peter (1998) ,*Palgrave Dictionary of Economics and The Law*, London Macmillan, vol 1.
 18. Plameter N. David (2002) , *Dumping Margins and Material Injury*, Journal of World Trade Law, Vol. 21.
 19. Prusa Thomas and D. Sharp (2001) , *Simultaneous Equation in Anti-Dumping Investigations*, Journal of Foreign Economics, Vol. 14.
 20. Rai Sheela (2004) , *Anti-Dumping and Measures under GATT/WTO*, Estern Book Company Luck now.
 21. Stanbrook Clive and Bentley Philip (1999) ,*Dumping and Subsidies*, Kluwer Law International.
 22. *United States-Final Dumping Determination on Softwood Lumber from Canada* (2004) , WT/DS264/AB/R of 11 August, Para 7. 146, Para 7. 146.
 23. Van Den Bossche Peter (2005) , *The Law and Policy of the World Trade Organization*, Cambridge University Press,.
 24. Viner Jacob (1966) , *Dumping a Problem in International Trade*, New York, M. kelley Publishers.