

## بررسی دامپینگ و مقابله با آن در نظام حقوقی اسلام و ایران

جلیل قنواتی<sup>\*</sup>، مهشید جعفری هرندی<sup>۲</sup>

۱. دانشیار دانشکده حقوق پردیس فارابی دانشگاه تهران

۲. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه خوارزمی

(تاریخ دریافت: ۹۴/۳/۲؛ تاریخ پذیرش: ۹۴/۸/۱۲)

### چکیده

امروزه تجارت آزاد، به یکی از مهم‌ترین مباحث تجاری بین‌المللی در سطح جهان تبدیل شده و کشورها خواسته یا ناخواسته با این موج فراگیر همگام شده‌اند. با این حال، تبعیت از اصل تجارت آزاد و کاهش موانع تعرفه‌ای، بسیاری از کشورها را با خطر افزایش دامپینگ مواجه کرده است. دامپینگ به‌عنوان یکی از نتایج منفی تجارت آزاد، ابزاری است برای رقابت نامشروع که شماری از شرکت‌ها برای گسترش بازار خارجی از آن استفاده می‌کنند که در مواردی، بخش‌های تولیدی داخلی کشورهای واردکننده را به نابودی می‌کشاند. هرچند ساختار اقتصادی ایران امکان تحقق دامپینگ را تا حد بسیاری منتفی کرده، با توجه به اینکه کشور ما در راستای الحاق رسمی به سازمان تجارت جهانی، مکلف به پذیرش نظام تجارت آزاد و به تبع آن کاهش تعرفه در برخی موارد است، این سیاست هرچند نه الزاماً اما در مواردی، صنایع کشور ما را با خطر دامپینگ مواجه می‌کند. این در حالی است که در حال حاضر کامل‌ترین قانون در زمینه مبارزه با دامپینگ مصوبه هیأت وزیران سال ۸۶ است که قانون مزبور نیز در تطابق با موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی نقصان‌هایی دارد. نگرش نظام حقوقی اسلام به تجارت بر پایه معنویت و فضیلت تنظیم می‌شود و در کتاب‌های فقهی معمولاً بر تجارتی تأکید شده است که از روی عدل و انصاف انجام گیرد، زیرا هدف تجارت فراهم کردن وسایل رفاه عمومی در جامعه شرعی است. دامپینگ که از جمله رویه‌های غیرمنصفانه تجارت تلقی می‌شود، بر مبنای برخی قواعد فقهی مانند قاعده لاضرر، قاعده سوءاستفاده از حق و اخلال در نظام اقتصادی امکان بررسی و تحلیل دارد، به‌گونه‌ای که منع از آن را می‌توان از ادله شرعی استنباط کرد.

### واژگان کلیدی

اخلال نظام، دامپینگ، رقابت غیرمنصفانه، سوءاستفاده از حق، ضرر، لاضرر.

## مقدمه

تجارت آزاد از مهم‌ترین مباحث مطرح در قلمرو تجارت بین‌الملل در سطح جهان تلقی می‌شود و کشورها خواسته یا ناخواسته باید خود را با این موج گسترده هماهنگ کنند. با وجود این، تبعیت از اصل تجارت آزاد و کاهش موانع تعرفه‌ای، بسیاری از کشورها را با خطر افزایش دامپینگ مواجه می‌کند. دامپینگ<sup>۱</sup> زمانی رخ می‌دهد که صادرکننده خارجی، کالایی را با قیمتی پایین‌تر از قیمت فروش همان کالا یا کالای مشابه در بازار داخلی خود، در بازار کشور دیگر به فروش برساند. این پدیده همواره از شایع‌ترین خطرات برای اقتصاد کشورهای در حال توسعه و به‌ویژه بخش صنعت آنها بوده است.

در کشور ایران فضای تجارت آزاد حاکم نیست و ورود کالا از سایر کشورها با تعرفه‌های گمرکی سنگینی مواجه است. این امر وقوع دامپینگ را خودبه‌خود کاهش می‌دهد. با توجه به گسترش سازمان تجارت جهانی و رشد روزافزون تجارت بین‌الملل در جهان، کشور ایران نیز در پی عضویت در سازمان تجارت جهانی و پذیرش نظام تجارت آزاد و به تبع آن کاهش تعرفه در برخی موارد است و این سیاست هر چند نه الزاماً اما در مواردی، صنایع کشور ما را با خطر دامپینگ مواجه می‌کند. در کنار این خطر، نپذیرفتن نظام سازمان تجارت جهانی نیز کشور را با خطر انزوا از صحنه تجارت بین‌الملل روبه‌رو می‌کند. بنابراین وجود مقررات خاص ضد دامپینگ، سبب می‌شود دست‌اندرکاران تجارت خارجی با آگاهی از حقوق خود به دفاع از آن بپردازند و دولت‌ها نیز خسارت وارد بر صنایع داخلی خود را کاهش دهند. در حال حاضر قانون امور گمرکی سال ۱۳۵۰ که به‌موجب قانون امور گمرکی سال ۹۰ نسخ گردیده، قانون الحاق ایران به موافقت‌نامه راجع به نظام ترجیحات تجاری بین کشورهای در حال توسعه

### 1. Dumping

(۱۳۷۰) و مصوبه هیأت وزیران در سال ۱۳۸۶ مهم‌ترین قوانین ضد دامپینگ ایران به‌شمار می‌آیند.

در مقررات فقهی نیز احکام متفاوتی ملاحظه می‌شود که مستقیم یا غیرمستقیم با موضوعات اقتصادی ارتباط پیدا می‌کند. احکام مربوط به مالکیت، مالیت، معاملات و قراردادها در این زمینه شایان توجه هستند. نمی‌توان این اهمیت را بی‌ارتباط با وضعیت جامعه حجاز ارزیابی کرد، جامعه‌ای که شغل رایج مردم آن بازرگانی بوده است. اسلام مردم را به امانت، عفت، عدالت و احسان، ایثار، منع دزدی، خیانت و رشوه توصیه می‌کند و یکی از بسترهای اصلی این امور مسائل اقتصادی، مالی و پولی است. اسلام هرگونه بی‌عدالتی و ظلم و زیان را در تجارت نمی‌پذیرد و به مقابله با آن پرداخته است. بر همین مبنا باید حدیث منقول از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله را ارزیابی کرد که از آن استنباط می‌شود، ارزان‌فروشی که برای ورشکست کردن دیگران و خارج کردن آنان از بازار باشد، از نظر شریعت اسلامی، امر ناپسندی است.

در مقاله حاضر برآنیم که با بررسی مبانی مبارزه با دامپینگ و ممنوعیت آن در اسلام، قوانین و مقررات مربوط به مبارزه با دامپینگ را در ایران و مقررات سازمان تجارت جهانی مطالعه کنیم.

### مفهوم دامپینگ و آسیب‌های ناشی از آن نانی و مطالعات فرهنگی

واژه دامپینگ که در سال‌های نخست سده بیستم وارد ادبیات اقتصادی جهان شد، از ریشه دامپ<sup>۱</sup> به معنای «زیر قیمت فروختن» است. طبق ماده ۶ از قانون سال ۱۹۹۶ گات و نیز ماده ۲۱ توافق‌نامه ضد دامپینگ، هنگامی که کالای با ارزش کمتر از «ارزش عادی»<sup>۲</sup> وارد

1. Dump: to drop (something) down, esp, in a heap; to unload. /to sell (products) at an extremely low prices, specific, tp sell (products) in a foreign market at a lower price than at home (Black's Law Dictionary).

2. Normal Value

جریان تجارت کشور دیگری شود، دامپینگ صورت می‌گیرد. بنابراین وقتی یک کالا به صورت دامپینگ فروخته شده است که «بهای صادرات»<sup>۱</sup> آن کمتر از ارزش عادی آن باشد، یعنی بهای آن کالا در جریان معمول تجارت بازار برای «محصول مشابه»<sup>۲</sup> تولیدشده به منظور مصرف در کشور صادرکننده کمتر باشد (Van DenBossche, Pete, 2000, P.518). برای مثال، فروش یک محصول در بازار داخلی کشور کانادا به قیمت ۱۰ دلار و در عین حال فروش همان کالا در ایالات متحده آمریکا به قیمت ۸ دلار که در این حالت حد دامپینگ را ۲ دلار برای هر محصول محاسبه می‌کنند، به این عمل تغییر قیمت بین‌المللی گفته می‌شود و در بیان معمول به آن دامپینگ می‌گویند. از اواسط دهه ۷۰ مفهوم دامپینگ گسترش یافته و در بر دارنده فروش محصولات در بازار صادرات به قیمتی کمتر از هزینه تولید آن شده است. چنین محصولاتی بدون توجه به این مهم که آیا در بازار داخلی نیز به قیمتی کمتر از هزینه تولید آنها فروخته می‌شوند یا خیر، محصولات فروخته شده به عنوان دامپینگ شناخته می‌شوند.

در ایران برخی «آن را به قیمت شکنی، بازار شکنی، ارزان فروشی عمدی» معنا کرده‌اند (فرهنگ، ۱۳۷۱، ج ۱: ۵۹۱). دیگری آن را به «بازار شکنی، قیمت شکنی، شکستن در بازار» معنا کرده است (قره‌باغیان، ۱۳۷۲: ۲۱۰). برخی دیگر نیز به رقابت مکارانه یا تبعیض در قیمت، در بازرگانی با خارج معنا کرده‌اند و برخی کارشناسان معادل فارسی این واژه را «رقابت مخرب» نیز نامیده‌اند (دامپینگ، تبعیض در قیمت‌ها در بازرگانی خارجی است، آذر ماه ۱۳۸۰، شماره ۱۷۱: ۲۵).

همان‌طور که ملاحظه می‌کنید در زبان فارسی گاه به غلط معادل‌هایی چون «رقابت مکارانه»، «تبعیض در قیمت‌ها»، «رقابت مخرب» و «قیمت شکنی» برای دامپینگ پیشنهاد

---

1. Export Price

2. Like Product

شده است. با این حال، هیچ‌یک از عبارات فوق ترجمه دقیق واژه دامپینگ نیستند، زیرا برای مثال: «رقابت مخرب» دارای مصادیق دیگری غیر از دامپینگ هم هست یا «قیمت‌شکنی» گاه دارای جنبه‌ها و آثار مثبت هم هست، در حالی که دامپینگ فاقد این ویژگی است. از این رو، در متن نوشتار از واژه دامپینگ استفاده می‌شود.

دامپینگ از نظر آثار آن به دو دسته مخرب و غیرمخرب تقسیم می‌شود: ۱. دامپینگ مخرب (غارنگر)<sup>۱</sup>: این نوع دامپینگ، نمونه شایع و مورد نظر ماست 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. در واقع دامپینگی را که آثار تخریبی دارد و موجب لطمه به صنعت کشور واردکننده می‌شود، دامپینگ مخرب (غارنگر) می‌گویند؛ ۲. دامپینگ غیرمخرب: در این نوع از دامپینگ هیچ لطمه‌ای به صنعت داخلی وارد نمی‌شود. مقدار دامپ جزئی است یا حاشیه‌های دامپینگ اغماض‌شدنی<sup>۲</sup> است (کارایی اقتصاد و رشد بهره‌وری عامل رویارویی با رقابت مخرب است، آذر ۱۳۸۰، شماره ۱۷۱: ۴۶).

دامپینگ مخرب (غارنگر) که موضوع مقاله حاضر است با انگیزه‌های مختلف صورت می‌گیرد که آسیب‌های ناشی از آن با توجه به انگیزه کشور صادرکننده متفاوت است. اما آنچه به طور کلی آسیب اصلی دامپینگ شناخته می‌شود، تخریب اقتصاد داخلی کشور واردکننده است.

گاه دامپینگ به انگیزه بیرون راندن رقبا و به دست آوردن انحصار بازار حتی با تقبل زیان‌های کوتاه‌مدت روی می‌دهد. به این معنا که تولیدکننده خارجی برای مدتی کالا را با قیمت نازل‌تری وارد بازار کشور دیگر می‌کند، اما این زیان را به آن امید متحمل می‌شود که

---

1. Predatory Dumping

2. Negligible Limit

بعدها با کنار زدن سایر رقبا، انحصار بازار داخلی آن کشور را به دست آورد و قیمت کالا را تا آنجا که مدنظر اوست، بالا ببرد (Blonigen and Prus, 2003, Pe.51 and seq). گاهی فروش زیر قیمت داخلی یا هزینه تولید کالا به وسیله یک بنگاه، شاید به دلیل کاهش مازاد موقتی ذخایر کالا به منظور جلوگیری از کاهش قیمت‌های داخلی و در نتیجه درآمد تولیدکنندگان، کاهش زیان‌های مربوط به کالاهایی که در داخل کشور صادرکننده، قابلیت رقابت و فروش را ندارند (دامپینگ، تبعیض در قیمت‌ها در بازرگانی با خارج است، آذر ۱۳۸۱: ۲۵)، به دست آوردن سهمی از بازار کالای مربوط در خارج با تحمل زیان‌های کوتاه‌مدت، و تثبیت یک کالا در چرخه تجارت با تقلیل قیمت‌های معین با پوشش دادن تنها هزینه‌های متغیر در جریان دوره تثبیت کالا و تقاضا باشد (سلامه، ۱۹۹۸: ۹۱).

گاهی دلایل سیاسی نیز کشوری را به دامپینگ ترغیب می‌کند، یعنی پس از به دست آوردن انحصار بازار مورد نظر، قیمت کالا را افزایش نمی‌دهد و از ظهور مجدد رقبای داخلی آن کشور جلوگیری می‌کند تا مردم کشور واردکننده برای رفع نیازهای خود به کالای مذکور، به استفاده از نمونه خارجی ناچار باشند و این امر به تدریج وابستگی اقتصادی و به تبع آن وابستگی سیاسی کشور مزبور را به همراه خواهد داشت. البته این نمونه دامپینگ چندان شایع نیست.

### بررسی دامپینگ و مقابله با آن در ایران

به منظور بررسی دامپینگ و مقابله با آن در ایران، لازم است تاریخچه دامپینگ در ایران را ملاحظه کنیم، نخست تاریخچه وقوع دامپینگ در ایران و پس از آن تاریخچه، قوانین و مقررات ضد دامپینگ را به اجمال بررسی می‌کنیم.

۱. بر اساس اعلام سازمان تجارت جهانی از ۳۴۲۷ مورد دعوی ضد دامپینگ که

بین‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۸ میلادی در سطح جهان گزارش شده، پس از شروع تحقیق در

مورد آنها در نهایت ۲۱۹۰ مورد آن به وضع عوارض ضد دامپینگ منجر شده است

(wto, 2009, PRESS RELEA). چین در فاصله زمانی ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۲ در ۲۷۸ مورد طرف دعوا بوده است که البته با توجه به نوع اقتصاد کشور مذکور در این سال‌ها (اقتصاد بسته قبل از الحاق به سازمان تجارت جهانی)، در تمام موارد گزارش شده، خواننده دعوا بوده و از عوارض وضع شده متأثر شده و در هیچ موردی این کشور مورد دامپ واقع نشده است. البته الحاق به سازمان در سال ۲۰۰۱، شرایط متفاوتی را برای چین در سال‌های بعدی رقم زد. ایران در این فاصله زمانی سه بار هند را مورد دامپ قرار داده است (صادقی، سهیلی تاش، ۱۳۸۳: ۴۰۸).

چنانکه در آمار منتشر شده از سوی سازمان تجارت جهانی نیز منعکس شده است، سابقه تحقیقات و اقدامات ضد دامپینگ علیه ایران وجود دارد. به کارگیری اقدامات ضد دامپینگ از سوی ایران نیز سابقه و دامنه گسترده‌ای ندارد. به طوری که در سالیان اخیر تنها سابقه اتخاذ این قبیل اقدامات به مورد وضع مابه‌التفاوت قیمت در خصوص فولاد وارداتی آسیای میانه منحصر می‌شود (دژم‌خوی، مرادپور، ۱۳۸۳: ۶۴۹).

۲. با خاتمه یافتن جنگ تحمیلی عراق علیه ایران به تدریج توجه برنامه‌ریزان و سیاستگذاران به موضوع توسعه اقتصادی - اجتماعی کشور جلب و نخستین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور برای سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۲ تنظیم و تصویب شد. نیازهای توسعه اقتصادی و بازسازی ویرانی‌های ناشی از جنگ سبب شد که دروازه‌های اقتصاد ایران به روی واردات گشوده شود. در برنامه سوم توسعه اقتصاد، توجه به صرفه‌جویی و کاهش واردات جلب شد. در این دوره زمانی واردات شماری از کالاها با ممنوعیت یا محدودیت یا تعرفه‌های سنگین (حقوق و عوارض گمرکی و سود بازرگانی) همراه شد. این امر موجبات رواج قاچاق کالا را فراهم کرد تا جایی که بخش شایان توجهی از اقلام مصرفی که به طرق غیرقانونی وارد کشور شده‌اند، از کالاهایی بوده‌اند که در داخل نیز مشابه آنها تولید می‌شده است، لیکن به لحاظ کیفیت و قیمت قدرت رقابت با این گونه اقلام وارداتی را نداشته‌اند (بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۸۰: ۲۳).

در قانون برنامه سوم، دولت موظف شد که برای رونق تجارت خارجی، موانع غیرتعرفه‌ای و غیرنفتی را با رعایت ممنوعیت‌های شرعی حذف و نسبت به تهیه برنامه زمان‌بندی اصلاح نرخ‌های معادل تعرفه و اعلام آن به صورت پیش‌آگهی و تعیین تعرفه‌های گمرکی اقدام کند (بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۸۰: ۳۵). با وجود این، تاریخچه قوانین ضد دامپینگ در ایران اندک است و به ماده ۷ قانون امور گمرکی مصوب ۱۳۵۰<sup>۱</sup> برمی‌گردد. این ماده نخستین متن قانونی بود که از دامپینگ سخن می‌گفت. در ماده مزبور به‌طور کاملاً مبهمی هر کالایی که با قیمت مناسب یا تسهیلات غیرعادی از کشوری برای ورود به ایران عرضه شود، دامپینگ نامیده شده است.

پس از این قانون در سال ۱۳۶۸ در برنامه دوم توسعه<sup>۲</sup> کشور، مجدداً به مقوله دامپینگ توجه شد. در این قانون «در مواردی که فروشندگان خارجی، کالایی را با قیمت غیرواقعی که به‌طور فاحشی کمتر از قیمت واقعی آن است (دامپینگ) عرضه می‌کنند، دولت موظف است که پس از دریافت اعتراض‌های تولیدکنندگان داخلی، برای واردات این قبیل کالاها از کشورهای مورد نظر، قیمت پایه تعیین و به گمرک ابلاغ کند. گمرک موظف است که مبالغ دریافتی خود را بر اساس قیمت پایه محاسبه و آن را به‌اضافه تفاوت قیمت مندرج در اسناد خرید و قیمت پایه از واردکنندگان وصول نماید». دو سال بعد با توجه به موافقت‌نامه

۱. "هرگاه کالایی با قیمت مناسب یا تسهیلات غیرعادی از کشوری برای ورود به ایران عرضه شود (دامپینگ) و این عمل برای اقتصاد کشور رقابت ناسالم تلقی گردد، هیأت وزیران می‌تواند در هر موقع، بنا به پیشنهاد وزارت بازرگانی برای ورود کالای مزبور از آن کشور سود بازرگانی ویژه‌ای برقرار کند."

۲. "به دولت اجازه داده می‌شود به‌منظور تنظیم و توسعه روابط تجاری با کشورهای مورد نظر و فراهم آوردن زمینه رشد صادرات کالاهای تولیدی کشور به کشورهای مذکور، سود بازرگانی کالاهای وارداتی از آن کشورها را در مقابل کسب امتیاز در رابطه با کالاهای صادراتی کشور، به میزان متناسب تقلیل دهد. همچنین به دولت اجازه داده می‌شود در رابطه با کشورهایی که تزییقاتی برای صادرات جمهوری اسلامی ایجاد کنند، نسبت برقراری سود بازرگانی اضافی اقدام نماید." تبصره ۲۴ ماده واحده قانون برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی.



راجع به نظام ترجیحات تجاری بین کشورهای در حال توسعه (مصوب ۱۳۷۰/۹/۱۳)<sup>۱</sup>، به وضع عوارض ضد دامپینگ به عنوان عوارض جبرانی مجاز اشاره شد.

همچنین در سال ۱۳۷۱ و بر اساس بند ۷-۳ مبحث دوم طرح ساماندهی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران تولیدکننده، واردکننده یا توزیع کننده از اقداماتی مانند دامپینگ برای بر هم زدن مصنوعی بازار منع شده‌اند. با این حال، ماده مزبور در خصوص نحوه وقوع دامپینگ و شیوه‌های مقابله با آن مقرره‌ای ندارد.

در سال ۱۳۷۹ به موجب قانون برنامه سوم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی، سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان موظف شده است که با اعلام وزارت بازرگانی پس از انجام دادن محاسبات لازم نسبت به برقراری مابه‌التفاوت در مورد کالاهای وارداتی که دارای امتیاز شایان توجهی هستند، اقدام و مابه‌التفاوت مأخوذه را به حساب خزانه واریز کند. دولت می‌تواند معادل صد درصد وجوه مابه‌التفاوت مأخوذه را بر اساس پیشنهاد وزارت بازرگانی و تصویب شورای اقتصاد در نظام پرداخت یارانه کالا یا خدماتی استفاده کند که ضرورت استفاده از یارانه را دارند.<sup>۲</sup>

در برنامه چهارم توسعه در ماده ۳۳ دولت ملکف شده است تا اقدامات مؤثر حفاظتی و ضد دامپینگ را برای کالاهایی که با شرایط غیرمتعارف وارد می‌شوند، اتخاذ کند.

۱. "با توجه به شرایط و کیفیاتی که ممکن است در جداول اعطای امتیازات گنجانده شود، یک شرکت کننده نباید پس از به اجرا درآمدن این موافقت‌نامه به این امتیازات از طریق وضع هر گونه عوارض با اقدامات محدودکننده تجاری جز آنهایی که قبلاً وجود داشته است، لطمه وارد نماید یا آن را ملغی سازد. در مواردی که چنین عوارضی در رابطه با مالیات داخلی نسبت به یک محصول داخلی مشابه بوده و یا در رابطه با عوارض جبرانی یا ضد دامپینگ یا حق الزحمه متناسب با خدمات باشد و به استثنای هرگونه اقدامی که به موجب ماده ۱۲ و ۱۴ مجاز می‌باشد." ماده ۱۰ (حفظ ارزش امتیازات) قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به موافقتنامه نظام جهانی ترجیحات بازرگانی بین کشورهای در حال توسعه:

۲. بند "ب" ماده ۴۶ قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی.

۳. "به منظور نوسازی و روان‌سازی تجارت، ... و تقویت توان رقابتی محصولات صادراتی کشور در بازارهای بین‌المللی، دولت مکلف است ... ح: تدابیر و اقدامات مؤثر حفاظتی و ضد دامپینگ را در مواردی که کالایی با شرایط غیرمتعارف و با امتیاز قابل توجه به کشور وارد می‌شود، اتخاذ و اعمال نماید."

سرانجام هیأت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۸۶/۵/۷ بنا به پیشنهاد وزارت بازرگانی و با توجه به نظر موافق وزرای عضو شورای اقتصاد و در اجرای بند «ح» ماده ۳۳ قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب سال ۱۳۸۳ «تدابیر و اقدامات حفاظتی، جبرانی و ضد دامپینگ برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی»<sup>۱</sup> را تصویب کرد. در موافقت‌نامه تجاری اکو<sup>۲</sup> که از جمله موافقت‌نامه‌هایی است که به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده و شکل قانون به خود گرفته نیز به دامپینگ اشاره شده است.

و در نهایت آخرین مقررات مرتبط با مقابله با دامپینگ بند د ماده ۴۵ سیاست کلی اصل ۴۴ قانون اساسی است که در تاریخ ۱۳۸۵/۳/۲۵ از سوی مجمع تشخیص مصلحت نظام، موافق با شرع تشخیص داده شد و به تصویب رسید. در بند «د» ماده فوق آمده است: «عرضه کالا یا خدمت به قیمتی پایین‌تر از هزینه تمام‌شده آن به نحوی که لطمه جدی به دیگران وارد کند یا مانع ورود اشخاص جدید به بازار شود».

همان‌گونه که شرح آن رفت، نقطه شروع این قوانین با ماده ۷ قانون گمرکی سال ۱۳۵۰ و پایان آن با ماده ۴۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ بوده است. شاید بتوان مصوبه سال ۸۶ هیأت وزیران را مهم‌ترین مقررات وضع شده در زمینه مقابله با دامپینگ دانست.

### بررسی دامپینگ و مقررات ضد دامپینگ در ایران

چنانکه گفته شد، ایران در زمینه مقابله با دامپینگ قواعد و مقررات پراکنده‌ای دارد. مقایسه این مقررات با قوانین سازمان تجارت جهانی در مقابله با دامپینگ، مفید به نظر می‌رسد. شاید این امر سبب شود که کاستی‌ها و نقص‌های قوانین و مقررات ما در مقایسه با قوانین

۱. روزنامه رسمی، شماره ۱۸۱۹۱ مورخ ۸۶/۵/۲۲

۲. "به منظور مقابله و جلوگیری از قیمت‌شکنی (دامپینگ)، کشورهای متعاقد حق خواهند داشت که قوانین و یا قواعد و رویه‌های داخلی خود را در خصوص ضدقیمت‌شکنی (آنتی دامپینگ) اعمال نمایند."

سازمان آشکار و با توجه به امکان الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی، برای رفع این نقص‌ها اهتمام شود.

### ۱. تعریف دامپینگ و عوامل مؤثر در آن

متخصصان علم اقتصاد هرچند بر مخرب بودن آثار این پدیده اتفاق نظر دارند، مبنای واحدی برای بیان مفهوم دامپینگ برنگزیده‌اند. عده‌ای از صاحب‌نظران، دامپینگ را بر اساس معیار قیمت تعریف کرده‌اند و در مقابل عده دیگری معیار هزینه تولید را انتخاب کرده‌اند. معیار قیمت، نسبت به معیار هزینه تولید، دو امتیاز عمده دارد: ۱. تشخیص دامپینگ بر اساس معیار قیمت، ساده‌تر از معیار هزینه تولیدات کالا در کشور صادرکننده است؛ ۲. شاید کشوری برای در انحصار گرفتن بازار کشور واردکننده و در عین حال، فرار از وضع عوارض ضد دامپینگ، با اعطای کمک‌های ویژه به تولیدکنندگان داخلی، هزینه نهایی تولید را کاهش دهد. طبق موافقت‌نامه سازمان تجارت جهانی، در صورتی محصولی دامپ شده، یعنی وارد جریان داد و ستد تجاری کشور دیگر به ارزشی کمتر از ارزش عادی آن محصول می‌شود که قیمت صادراتی محصول صادرشده از یک کشور به کشور دیگر، در جریان معمول تجارت، از قیمت محصول مشابه که برای مصرف در کشور صادرکننده در نظر گرفته شده است، کمتر باشد (ارباب، ۱۳۷۶: ۹۰).

از ماده ۷ قانون امور گمرکی ایران مصوب ۱۳۵۰ معیار مشخصی برای دامپینگ استنباط می‌شود. در این قانون هرچند از عبارت قیمت نامناسب استفاده شده، معلوم نیست که غرض قانونگذار از قیمت نامتناسب، عدم تناسب با هزینه نهایی تولید است یا عدم تناسب با قیمت بازار داخلی کشور واردکننده (معاونت پژوهشی، پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۴: ۱۰) اما در مصوبه هیأت وزیران آمده است: «قیمت‌شکنی (دامپینگ)؛ ورود کالا به کشور با قیمتی کمتر از ارزش عادی آن...» و در بند «د» ماده ۴۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ در تعریف دامپینگ آمده است: «عرضه کالا یا خدمت به قیمتی پایین‌تر از هزینه تمام‌شده آن...».

ملاحظه می‌شود که قانونگذار ایرانی در تصویب قانون ضد دامپینگ در مصوبه هیأت وزیران، معیار قیمت بازار کشور صادرکننده و در قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ معیار هزینه را برگزیده است. این تعارض آشکار در مقررات داخلی کشور، نه تنها رسیدگی به دعوی دامپینگ را با مشکل روبه‌رو می‌کند، بلکه راه فرار را برای صادرکنندگان محصولات دامپ شده فراهم خواهد کرد.

بدیهی است که نخستین شرط برای اعمال اقدامات ضد دامپینگ، تشخیص وقوع آن است. با توجه به تعریف دامپینگ به منظور تشخیص وقوع دامپینگ، باید سه عامل را ملاحظه کرد: قیمت صادراتی، ارزش عادی و مقایسه بین آنها. طبق موافقت‌نامه ضد دامپینگ، قیمت صادراتی به قیمتی اطلاق می‌شود که در معامله بین تولیدکننده خارجی و واردکننده در کشور واردکننده، برای کالا در نظر گرفته می‌شود. با این حال چنین قیمتی همیشه در دسترس نیست و مرجع رسیدگی گاه ناگزیر است که قیمت صادراتی را قیمتی فرض کند که محصولات وارداتی به آن قیمت برای نخستین بار به خریدار مستقل بافروش می‌شوند (دژم‌خوی، مرادپور، ۱۳۸۵: ۲۹۲).

در ایران، ماده ۷ قانون امور گمرکی به نحوه تشخیص قیمت صادراتی اشاره ای نکرده و بدون بیان نحوه احراز وقوع دامپینگ، تنها از وضع عوارض ضد دامپینگ برای مقابله با آن سخن گفته است: در مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶ و بند «د» ماده ۴۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی نیز به طور صریح و آشکار از قیمت صادراتی و نحوه تعیین آن سخن به میان نیامده است. می‌توان از آنچه در تعریف دامپینگ<sup>۱</sup> در این قانون آمده است، دریافت که در اینجا نیز قیمت صادراتی، همان قیمتی است که در معامله بین تولیدکننده خارجی و واردکننده در کشور واردکننده برای کالا در نظر گرفته می‌شود، اما مصوبه مذکور برای مواردی که قیمت صادراتی مشخص وجود ندارد، هیچ معیاری را مطرح نکرده است.

۱. بند "الف" ماده ۱ مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶.

این موضوع سبب می‌شود که مرجع رسیدگی‌کننده برای تعیین قیمت صادراتی با مشکل روبه‌رو و این امر به اختلاف بیشتر بین طرفین دعوا منجر شود.

ارزش عادی نیز بر اساس موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی، قیمت فروش قابل مقایسه کالای مشابه (کالای موضوع دامپینگ) در کشور صادرکننده در جریان معمول تجارت است. در برخی شرایط شاید به دلیل اینکه محصول مشابه در بازار داخلی کشور صادرکننده بازار فروش ندارد یا به علت وضعیت ویژه بازار، میزان فروش کم این محصول در بازار داخلی کشور صادرکننده امکان مقایسه نداشته باشد. در این موارد بر اساس قیمت محصول مشابه در هنگام صدور به کشور ثالث یا بر مبنای ارزش فرضی که عبارت است از هزینه اداری، فروش، هزینه‌های عمومی و سود تعیین می‌شود (جعفری هرندی، ۱۳۸۸: ۱۴۳). در ماده ۷ قانون امور گمرکی و بند «د» ماده ۴۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، ارزش عادی مطرح نشده است. در مصوبه ضد دامپینگ سال ۱۳۸۶ نحوه تعیین ارزش عادی مطابق با موافقت‌نامه ضد دامپینگ بیان شده که در این حالت ارزش عادی در کشور صادرکننده در جریان معمول تجارت است. مقررات ایران در خصوص زمانی که ارزش عادی یا به عبارتی قیمت داخلی وجود ندارد، سخن نگفته است. در صورتی که در موافقت‌نامه سازمان تجارت جهانی، در صورت نبود چنین قیمتی، قیمت محصول مشابه هنگام صدور به کشور ثالث و هزینه‌های تولید کالا در کشور مبدأ به اضافه مبلغ معقولی برای هزینه‌های اداری، فروش و مخارج عمومی و سود، به عنوان ارزش عادی ملاک قرار می‌گیرد (آلستون و لوی، ۲۰۰۵: ۱۷).

مقایسه بین قیمت صادراتی و ارزش عادی طبق موافقت‌نامه سازمان تجارت جهانی باید به صورت منصفانه صورت گیرد و به این منظور مقرر شده است که تفاوت‌های محصولات، مثل تفاوت در شرایط فروش، مالیات، سطوح تجارت، مقدار، مشخصات فیزیکی (و هر تفاوت دیگری که بر قابلیت مقایسه قیمت تأثیر می‌گذارد) مشخص شود.<sup>۱</sup>

۱. ماده ۲-۴ موافقت‌نامه ضد دامپینگ.

در ایران تنها در همین مصوبه اخیر ضد دامپینگ و بند «د» ماده ۴۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی از قیمت قابل مقایسه سخن گفته شده است. در این قانون قیمت‌ها باید در شرایط برابری از نظر شرایط فروش و تحویل، مالیات‌ها، مقدار و دیگر شرایط مؤثر بر قابلیت مقایسه قیمت قرار داشته باشد. از این رو، برای مقایسه منصفانه در موارد لزوم، باید تعدیل مقتضی در قیمت‌ها انجام گیرد.<sup>۱</sup> ملاحظه می‌شود که قانون ایران در این زمینه تا حدودی از الگوی ارائه شده به وسیله سازمان پیروی کرده است. اما در زمینه تبدیل نرخ ارز که بر این مقایسه منصفانه لزوماً اثر خواهد داشت، چیزی دیده نمی‌شود. بدیهی است که اگر معین نشود که تبدیل پول باید بر اساس نرخ ارز در چه زمانی (تاریخ فروش، تاریخ تسلیم و ...) باشد، مشکل آفرین خواهد بود.

## ۲. لطمه به صنعت داخلی

پس از مشخص شدن تعریف‌های مرتبط با دامپینگ، تشخیص دامپینگ، ارزش عادی و قیمت صادراتی کالا، نکته شایان توجه دیگر در موضوع دامپینگ، لطمه‌ای است که از این وضعیت به صنعت داخلی وارد می‌شود. موافقت‌نامه مقرر می‌دارد که برای اعمال اقدامات ضد دامپینگ، مقامات تحقیق کشور واردکننده عضو باید لطمه را تشخیص دهند. واژه لطمه در موافقت‌نامه به معنای لطمه به یک صنعت داخلی، خطر ایراد مهم به یک صنعت داخلی یا تأخیر مهم در تأسیس چنین صنعتی است (دژم‌خوی و مرادپور، ۱۳۸۵: ۲۹۶).

در ماده ۷ قانون امور گمرکی آمده است: «...این عمل (دامپینگ) برای اقتصاد کشور، رقابت ناسالم تلقی گردد» از این تعبیر می‌توان به‌طور ضمنی استنباط کرد که برای وضع عوارض ضد دامپینگ باید لطمه‌ای وارد شود. در مصوبه سال ۸۶ هیأت وزیران برای خسارت نیز تعبیر «وارد آمدن لطمه قابل توجه به تولیدکنندگان داخلی، خطر ایراد لطمه

۱. بند "د" ماده ۱ قانون ضد دامپینگ سال ۸۶.

قابل توجه به آنان یا تعویق قابل توجه در ایجاد آن فعالیت تولیدی<sup>۱</sup> مطرح شده است. اما در بند «د» ماده ۴۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی آمده است: «... لطمه جدی به دیگران وارد کند یا مانع ورود اشخاص جدید به بازار شود». در واقع قانونگذار ایرانی در مصوبه سال ۸۶ هیأت وزیران با در نظر گرفتن الگوی سازمان تجارت جهانی، تعریفی منطبق با آن در زمینه لطمه ارائه داده است. اما در بند «د» ماده ۴۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ مانعیت در راه ورود اشخاص جدید به بازار را نیز دلیل بر وقوع دامپینگ دانسته‌اند. به نظر می‌رسد که مقررات سیاست کلی اصل ۴۴ در این زمینه جامع‌تر بوده و البته شایسته است که مقررات واحدی در این زمینه تنظیم شود.

با توجه به اینکه برای وقوع دامپینگ، ایراد لطمه به صنعت داخلی ضروری است، باید صنعت داخلی در مقررات ضد دامپینگ تعریف شود. در ایران تنها در مقررات ضد دامپینگ مصوب سال ۸۶ به تعریف تولیدکنندگان داخلی (صنعت داخلی) اشاره شده است. صنعت داخلی چنین تعریف شد: «اشخاصی که تولیدات آنها مشابه محصول خارجی می‌باشد، هنگامی که تولیدکنندگان با صادرکنندگان خارجی یا واردکنندگان مرتبط بوده یا خود واردکننده محصول مشابه باشند، تعریف تولیدکنندگان داخلی را می‌توان منحصر به سایر تولیدکنندگان دانست». مفهوم تولیدکننده داخلی در قانون ایران با موافقت‌نامه ضد دامپینگ تفاوتی ندارد. اما در قانون ایران حالتی را که قلمرو کشور عضو برای تولید مورد بحث به چند بازار رقابتی تقسیم و تولیدکنندگان هر بازار به عنوان صنعت مجزا محسوب می‌شوند، مورد توجه قرار نداده و این امر از کاستی‌های قانون مزبور است.

باید توجه داشت که به منظور وقوع دامپینگ باید رابطه‌ای علی میان واردات محصول و لطمه به صنعت داخلی احراز شود. طبق موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی، رابطه علی میان واردات دامپ‌شده و لطمه به صنعت داخلی باید اثبات شود. اثبات این

۱. بند "ح" ماده ۱ مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶.

رابطه نیز باید بر اساس بررسی تمام مدارک و عوامل مرتبط صورت پذیرد. به عبارت دیگر مرجع تحقیق مکلف است که علاوه بر واردات زیر قیمت، هر عامل شناخته شده دیگری را که همزمان به صنعت مورد نظر آسیب وارد می‌آورند، بررسی کند.<sup>۱</sup>

تا قبل از مصوبه سال ۸۶ در ایران، مواد پراکنده راجع به دامپینگ نه تنها وجود رابطه علی را تصریح نکرده بود، بلکه در تبصره ۲۴ قانون برنامه دوم توسعه به جای قرار دادن معیار لطمه و رابطه علی، وضع عوارض ضد دامپینگ را صرفاً به اعتراض تولیدکنندگان داخلی منوط کرده بود. در مصوبه اخیر هیأت وزیران نیز آمده است که کار گروهی متشکل از نمایندگان صالح وزارتخانه‌های بازرگانی، امور خارجه، صنایع و معادن و جهاد کشاورزی، تعاون و گمرک، اتاق بازرگانی صنایع و معادن ایران و اتاق تعاون، عهده‌دار رسیدگی و تشخیص وجود دامپینگ، یارانه خسارت ناشی از آنها و تعیین اقدامات لازم خواهد بود. هرچند در این مصوبه به طور صریح و آشکار از وجود رابطه علی سخن به میان نیامده، از آنچه در این مصوبه آمده است می‌توان نتیجه گرفت که برای تشخیص وقوع دامپینگ طبق مصوبه هیأت وزیران اثبات رابطه علی میان واردات و لطمه لازم است و کارگروه مذکور بر اساس مدارک ارائه شده، مسئول تشخیص این رابطه هستند.

### ۳. مرجع رسیدگی برای تشخیص دامپینگ و وظایف آن

نکته شایان توجه دیگر، انجام دادن تحقیقات توسط مرجع رسیدگی برای تشخیص دامپینگ است. در موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی تصریح شده است که احراز دامپینگ باید بر اساس واقعیات موجود باشد نه فرضیات؛ لذا مرجع رسیدگی در غالب موارد تشخیص می‌دهد که علاوه بر اطلاعات موجود در پرونده، انجام دادن تحقیقات مقتضی به ویژه تحقیقات محلی در کشور صادرکننده ضروری و مفید خواهد بود.

۱. ماده ۳-۵ موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی.



به همین دلیل، موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی، شرایط و آیین انجام دادن تحقیقات را مقرر کرده و آن را به عنوان الگو به قانونگذار دول عضو پیشنهاد داده است.<sup>۱</sup> در مصوبه هیأت وزیران سال ۸۶ نیز کارگروهی متشکل از نمایندگان صالح وزارتخانه‌های بازرگانی، امور خارجه، صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، تعاون و گمرک جمهوری اسلامی ایران، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق تعاون تعیین شد که عهده‌دار رسیدگی و تشخیص وجود دامپینگ، یارانه و خسارت ناشی از آنها و تعیین اقدامات لازم محسوب می‌شود.<sup>۲</sup> وظایف کارگروه موضوع ماده (۲) مصوبه مذکور در زمینه تحقیقات به این شرح است:

دریافت درخواست تحقیق از تولیدکنندگان داخل یا هر یک از اعضا، بررسی مدارک و مستندات متقاضیان و اخذ تصمیم در خصوص شروع یا عدم شروع تحقیق، درخواست کارشناسی از وزارتخانه تولیدی و اخذ گزارش‌های لازم در این مورد، تشخیص مقدماتی به منظور اتخاذ اقدامات موقت مقابله با دامپینگ، انجام دادن تحقیق و گردآوری اطلاعات از طریق پرسشنامه، نمونه‌گیری، شنیدن نظرات و نظایر آن.<sup>۳</sup>

فرایند تحقیق و رسیدگی به این صورت است که درخواست تحقیق در کارگروه به پیشنهاد هر یک از اعضا یا درخواست کتبی تولیدکنندگان داخلی تقدیم می‌شود. کارگروه مذکور باید حداکثر ظرف بیست روز پس از دریافت درخواست، مدارک و مستندات ارائه شده را بررسی کند و در خصوص آغاز شروع یا عدم شروع تحقیق تصمیم بگیرد. برای پاسخ به پرسشنامه‌های ارسالی به صادرکنندگان یا تولیدکنندگان خارجی یا واردکنندگان محصولی که ادعا می‌شود مورد دامپ واقع شده یا از یارانه برخوردار است،

۱. ماده ۱-۵ موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی.

۲. ماده ۲ مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶.

۳. ماده ۳ مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶.

سی روز فرصت داده خواهد شد. کارگروه نسبت به تشخیص مقدماتی دامپینگ یا یارانه و وجود خسارت ناشی از هر یک از آن دو بر اساس قیمت انجام گرفته اقدام می‌کند و در صورت مثبت بودن تشخیص، تحقیقاتی را در زمینه حاشیه دامپینگ، مقدار رایانه و میزان خسارت انجام می‌دهد و تصمیم نهایی را حداکثر ظرف مدت سه ماه از زمان آغاز تحقیق اعلام می‌کند. در شرایط خاص این مدت سه ماه دیگر تمدید می‌شود.<sup>۱</sup>

در قوانین ایران، طبق ماده سه مصوبه سال ۸۶، مرجع تحقیقات در زمینه دامپینگ کارگروه ذکر شده در ماده ۲ این قانون است. این در حالی است که در موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی مقامات تحقیق به‌طور روشن و آشکار مشخص نشده‌اند. شیوه درخواست تحقیق همانند الگوی ارائه شده توسط سازمان به‌صورت کتبی بوده و از جانب دو گروه اعضا و تولیدکنندگان داخلی امکان‌پذیر است.<sup>۲</sup>

قانون ضد دامپینگ ایران هیچ محدودیتی از لحاظ تعداد تولیدکنندگان داخلی و میزان محصول مشابه تولیدی برای طرح شکایت، قائل نیست، در حالی که طبق مقررات سازمان تجارت جهانی در صورتی درخواست از جانب تولیدکنندگان داخلی تلقی می‌شود که مورد حمایت آن دسته از تولیدکنندگان داخلی باشد که مجموع تولیدشان بیش از ۵۰ درصد کل تولید محصول مشابه محسوب می‌شود.<sup>۳</sup> شایسته است که قانونگذار ایران حداقل تعداد تولیدکنندگان داخلی را برای طرح شکایت تعیین کند تا مراجع رسیدگی را با شکایت‌های موردی مواجه نکند.

در مقررات ایران کارگروه موظف است که حداکثر ظرف مدت بیست روز پس از درخواست، مدارک و مستندهای ارائه شده را بررسی کند و در خصوص شروع یا عدم

۱. ماده ۴ مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶.

۲. بند "الف" ماده ۴ مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶.

۳. ماده ۴-۵ موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی.

شروع تحقیق تصمیم بگیرد.<sup>۱</sup> از نکات مثبت مقررات ایران تعیین مهلت ذکرشده در این قانون است که در موافقتنامه سازمان تجارت جهانی به چشم نمی خورد.

مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶ مهلت اندک ۳ ماه را برای تصمیم گیری در نظر گرفته و در شرایطی این مهلت را حداکثر تا سه ماه تمدیدپذیر دانسته است.<sup>۲</sup> این مهلت زمانی کوتاه شاید مشکلاتی را در برداشته باشد. در موافقتنامه سازمان تجارت جهانی، تحقیق جز در اوضاع و احوال خاص در ظرف یک سال و حداکثر طی ۱۸ ماه پس از آغاز، به اتمام خواهد رسید.

در تبصره بند «د» ماده ۴۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ آمده است «تشخیص لطمه جدی، بر عهده شورای رقابت است». صدر ماده ۶۲ این قانون نیز آمده است: «شورای رقابت تنها مرجع رسیدگی به رویه‌های ضد رقابتی است و مکلف است رأساً و یا بر اساس شکایت هر شخصی اعم از حقیقی یا حقوقی از جمله دادستان کل یا دادستان محل، دیوان محاسبات کشور، سازمان بازرسی کل کشور، تنظیم‌کننده‌های بخشی، سازمان‌ها و نهادهای وابسته به دولت، تشکل‌های صنفی، انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و دیگر سازمان‌های غیردولتی، بررسی و تحقیق در خصوص رویه‌های ضد رقابتی را آغاز و در چارچوب ماده (۶۱) این قانون تصمیم بگیرد». ماده ۹۲ نیز مقرر می‌دارد: «از تاریخ تصویب این قانون کلیه قوانین و مقررات مغایر با آن نسخ می‌گردد و مادام که در قوانین بعدی نسخ و یا اصلاح مواد و مقررات این قانون صریحاً و با ذکر نام این قانون و ماده مورد نظر قید نشود، معتبر خواهد بود». با توجه به مواد فوق به نظر می‌رسد که بر اساس این قانون، مرجع رسیدگی به دعوای دامپینگ، شورای رقابت است، حال آنکه در مصوبه سال ۸۶ هیأت وزیران، مرجع رسیدگی به دعوای دامپینگ کارگروه ویژه مندرج در این قانون بود.

۱. بند "ج" ماده ۴ مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶.

۲. بند "ح" مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶.

در بررسی رابطه میان این دو مصوبه، سه نظر به ذهن متبادر می‌شود:

الف) بر اساس این نظر دعاوی ضد دامپینگ به دو دسته تقسیم می‌شوند؛ دسته نخست دعاوی ای هستند که در آن فقط گروه بسیار خاص و محدودی لطمه می‌بینند. در این حالت، کارگروه ضد دامپینگ صالح به رسیدگی است؛ دسته دوم دعاوی ای هستند که در آنها گروه بسیار زیادی در بازار لطمه می‌بینند، یعنی لطمه کاملاً جدی و گسترده محسوب می‌شود، به گونه‌ای که رقابت در بازار به نحو اساسی مختل شده است. در این حالت، شورای رقابت صالح به رسیدگی خواهد بود.

ب) نظریه نسخ کامل. با توجه به اینکه مقررات مرتبط با سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در سال ۱۳۸۷ به تصویب مجمع تشخیص مصلحت نظام رسیده و مصوبه هیأت وزیران در سال ۱۳۸۶ تصویب شده است. همچنین فرض بر این است که قانونگذار با توجه به مقررات موجود، به وضع قوانین مبادرت می‌کند، بنابراین مصوبه هیأت وزیران با تصویب مقررات اصل ۴۴ قانون اساسی نسخ شده است. پس دعاوی ضد دامپینگ در صلاحیت شورای رقابت هستند. ماده ۹۲ قانون مرتبط با سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی که صراحتاً اعلام می‌دارد تمامی قوانین و مقررات مغایر با این قانون نسخ می‌شود، استدلال مذکور را تقویت می‌کند.

ضمن اینکه بند ۱ ماده ۵۸ قانون فوق‌الاشاره تشخیص مصادیق رویه‌های ضد رقابتی را به شورای رقابت واگذار کرده و اطلاق این بند دامپینگ را نیز شامل شده است و دلیلی برای خروج دعاوی ضد دامپینگ از صلاحیت شورای رقابت دیده نمی‌شود. در حال حاضر و در رویه عملی، شورای رقابت در چند پرونده مرتبط با دامپینگ مداخله و اظهار نظر کرده است که از جمله می‌توان به پرونده سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی (کمسیون تنظیم مقررات ارتباطات) در نیمه دوم سال ۱۳۹۰ اشاره کرد.

ج) نظریه جمع‌بندی. می‌توان هر دو مقررات را قابل استناد دانست، اما نه بر اساس دلایل مطرح در بند الف، بلکه به این دلیل که در حقوق ایران و در شرایط فعلی و تا قبل

از اصلاح قانون، دو مرجع برای رسیدگی به دعاوی ضد دامپینگ صالح به رسیدگی هستند که ذی‌نفع می‌تواند به هر دو مرجع مراجعه کند و هر مرجع با توجه به اختیارات و قوانین حاکم بر آن، موظف به رسیدگی است.

#### ۴. اقدامات پس از رسیدگی و تحقیقات

پس از احراز وقوع دامپینگ و انجام دادن تحقیقات و رسیدگی‌های لازمه طبق مقررات قانونی، باید به برخورد با دامپینگ صورت گرفته پرداخت. موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی در زمینه مقابله با دامپینگ به دو صورت اقدام می‌کند که از آن به اقدامات حین رسیدگی و اقدامات پس از رسیدگی تعبیر می‌شود. گاهی در خلال رسیدگی مسائلی پیش می‌آید که مرجع رسیدگی مکلف به تصمیم‌گیری در آن زمینه است. اتخاذ اقدامات موقتی، تعهد قیمت و رسیدگی در مورد صادرکننده یا صادرکنندگان جدید، مهم‌ترین مسائلی هستند که شاید در اثنای رسیدگی مطرح شوند. موافقت‌نامه ضد دامپینگ سه شیوه فوق را حین رسیدگی برای مقابله با دامپینگ در نظر گرفته و در خصوص اقدامات پس از رسیدگی در مقابله با دامپینگ، وضع عوارض نهایی ضد دامپینگ را تعیین کرده است.

در نظام حقوقی ایران تا قبل از تصویب مقررات ضد دامپینگ سال ۱۳۸۶، مواد پراکنده موجود در حقوق ایران در زمینه اقدامات موقتی برای مقابله با دامپینگ ساکت بودند. البته در موادی بر مبنای قانون آیین دادرسی مدنی مصوب ۱۳۷۹ از اقدامات موقتی سخن به میان آمده است. با این حال قواعد مذکور را نمی‌توان در دعاوی ضد دامپینگ استفاده کرد. زیرا اولاً، دعاوی دامپینگ مورد توجه قانون آیین دادرسی مدنی نبوده‌اند؛ ثانیاً، بسیاری از اقدامات در این بخش از قبیل سپردن خسارت احتمالی از سوی متقاضی به صندوق دادگستری و مانند آن با اقدامات موقتی مندرج در موافقت‌نامه سازمان تجارت جهانی سنخیتی ندارد، لذا نباید به مواد آیین دادرسی مدنی اکتفا کرد.

در مقررات ضد دامپینگ مصوب سال ۱۳۸۶ آمده است که کارگروه می‌تواند در زمینه دامپینگ با دریافت تعهد از طرف صادرکننده مبنی بر تجدید نظر در قیمت‌ها یا متوقف کردن

صادرات زیر قیمت به ایران تحقیق را متوقف کند و یا به حال تعلیق درآورد.<sup>۱</sup> کارگروه می‌تواند از طرفی که تعهدات او پذیرفته شده بخواند که به صورت ماهانه اطلاعاتی را در زمینه اجرای این تعهدات ارائه دهد و ارزیابی اطلاعات ارائه شده را فراهم کند. در این موضوع، عدم ارائه اطلاعات و فراهم نکردن امکان ارزیابی آن به منزله نقض تعهد خواهد بود. در مواردی که تعهد نقض شود، کارگروه می‌تواند اقدامات موقت یا قطعی را بر مبنای واقعیات موجود وضع و اعمال کند. اقدامات موقتی در قالب سود بازرگانی ویژه یا اخذ مابه‌التفاوت حداقل معادل با حاشیه دامپینگ یا میزان یارانه پیشنهادی سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اعمال می‌شود. مدت اقدامات موقتی تا سه ماه بوده و قانون ایران در زمینه اقدامات موقتی با الگوی ارائه شده از سوی سازمان تجارت جهانی منطبق است. اما مهلت تعیین شده برای اعمال اقدامات موقتی در موافقت‌نامه نباید از ۴ ماه تجاوز کند.

در زمینه اقدامات نهایی در مقابله با دامپینگ در مقررات ایران، در مواد پراکنده تا قبل از سال ۸۶ شیوه خاصی در این مورد پیش‌بینی نشده بود. در مصوبه ضد دامپینگ سال ۸۶ مقرر شد که چنانچه در نتیجه تحقیق، تشخیص‌های مبنی بر وجود واردات زیر قیمت یا یارانه و خسارات ناشی از آن داده شود، اقدامات نهایی ضد دامپینگ یا جبرانی (ضد یارانه‌ای) معادل حداقل حاشیه دامپینگ میزان یارانه توسط وزیران عضو کمیسیون ماده ۱ آیین‌نامه اجرای قانون مقررات صادرات و واردات تعیین می‌شود. اگر در هنگام وضع اقدامات نهایی، اقدامات موقتی مجری باشد، این اقدام‌ها با اقدامات نهایی جایگزین می‌شوند. اقدام‌های جبرانی و ضد دامپینگ وضع شده در قالب سود بازرگانی ویژه و اخذ مابه‌التفاوت و پرداخت یارانه به تولیدکننده داخلی بر مبنای حاشیه دامپینگ یا میزان یارانه انجام می‌گرفت. این اقدام‌ها تا زمانی که برای مقابله با خسارت ناشی از واردات زیر قیمت یا یارانه ضرورت دارد، برقرار خواهد ماند.

---

۱. ماده ۵ مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶.

در مقررات مرتبط با سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، ضمانت‌اجراهای کلی در زمینه اعمال ضد رقابتی برگزیده شده است که این ضمانت‌اجراها تنها مختص به دامپینگ نیستند و در سایر موارد اعمال ضد رقابتی نیز اجرا می‌شوند. ماده ۶۱ قانون مرتبط با سیاست‌های کلی اصل ۴۴ ضمانت‌اجراهای زیر را برای اعمال ضد رقابتی بیان کرده است: «هرگاه شورا پس از وصول شکایات یا انجام تحقیقات لازم احراز کند که یک یا چند مورد از رویه‌های ضد رقابتی موضوع مواد (۴۴) تا (۴۸) این قانون توسط بنگاهی اعمال شده است، می‌تواند حسب مورد یک یا چند تصمیم زیر را بگیرد:

۱. دستور به توقف طرفین توافق یا توافق‌های مرتبط با آن از ادامه رویه‌های ضد رقابتی مورد نظر.
۲. دستور به توقف هر رویه ضد رقابتی یا عدم تکرار آن.
۳. اطلاع‌رسانی عمومی در جهت شفافیت بیشتر بازار.
۴. دستور به بنگاه یا شرکت جهت عدم فعالیت در یک زمینه خاص یا در منطقه یا مناطق خاص.
۵. دستور به اصلاح اساسنامه، شرکت‌نامه یا صورت‌جلسات مجامع عمومی یا هیأت مدیره شرکت‌ها یا ارائه پیشنهاد لازم به دولت در خصوص اصلاح اساسنامه‌های شرکت‌ها و مؤسسات بخش عمومی.
۶. الزام بنگاه‌ها و شرکت‌ها به رعایت حداقل عرضه و دامنه قیمتی در شرایط انحصاری.
۷. تعیین جریمه نقدی از ده میلیون (۱۰,۰۰۰,۰۰۰) ریال تا یک میلیارد (۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰) ریال، در صورت نقض ممنوعیت‌های ماده (۴۵) این قانون.

کارگروه ضد دامپینگ فقط می‌تواند طبق مصوبه هیأت وزیران، عوارض موقتی یا نهایی ضد دامپینگ وضع کند و حق اعمال سایر ضمانت‌اجراها را ندارد. اما شورای رقابت طبق ماده ۶۱ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، هرگاه پس از وصول شکایات

یا انجام دادن تحقیقات لازم احراز شود که یک یا چند مورد از رویه‌های ضد رقابتی این قانون به وسیله بنگاهی اعمال شده است، می‌تواند حسب مورد یک یا چند تصمیم متفاوت دیگر از موارد ۱۲ گانه مذکور در این ماده (از جمله جزای نقدی) را اتخاذ کند. بنابراین در جایی که ذی‌نفع به دنبال رسیدن به ضمانت‌اجراهایی مثل اعمال جزای نقدی بر دامپینگ‌کننده است، باید به شورای رقابت مراجعه کند، اما در جایی که در صدد رسیدن به وضع عوارض موقتی و نهایی ضد دامپینگ، مثل افزایش تعرفه‌های ورودی بر محصول دامپ شده و اعمال آن به وسیله گمرک است، باید به سراغ کارگروه ضد دامپینگ برود.

مقررات ضد دامپینگ ایران در زمینه اتخاذ تصمیم نهایی در مصوبه هیأت وزیران منطبق با الگوی ارائه شده سازمان تجارت جهانی است. در مقررات ضد دامپینگ سال ۸۶ و مقررات مرتبط با سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی اشاره‌ای به طفره فریبکارانه (دست زدن صادرکننده به اقدامات فریبکارانه و طفره رفتن از عوارض ضد دامپینگ از طریق وارد کردن قطعات و سوار کردن آنها یعنی مونتاژ محصول) یا اعمال تغییرات اندک در محصول یا تغییر مبدأ محصول به وسیله شرکت‌های چندملیتی و مانند آن و نحوه مقابله با آن نشده است (جعفری هرندی، ۱۳۸۸: ۱۱۲). هر چند که در موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی برای مقابله با این مقوله تصمیمی اتخاذ نشده است، شایسته بود که قانونگذار ایران با توجه به قانون اتحادیه اروپا و سایر قانون‌های داخلی برای این موضوع در مقررات ضد دامپینگ تدابیری می‌اندیشید.

### دامپینگ و مقابله با آن در اسلام

چنانکه گفته شد، دین اسلام، معنویت و فضیلت را به‌عنوان عوامل مؤثر در تجارت مورد توجه قرار داده و در آثار فقیهان، تاجری مورد تأیید و تشویق قرار گرفته است که از روی عدل و انصاف رفتار کند. از امام صادق علیه السلام نقل شده است: «کسی که اراده تجارت کند، باید در دین خود تفقه نماید، تا حلال و حرام الهی را از هم تمیز دهد. هر کس خداوند را



در بازارها یاد کند، خداوند به عدد کسانی که می‌توانند صحبت کنند و یا قادر به تکلم نیستند، گناهان او را می‌آمرزد»<sup>۱</sup> (العاملی، ۱۴۱۴: ۲۸۳). در حقیقت متون دینی به ما گوشزد می‌کنند که در جامعه اسلامی تمامی روابط اجتماعی باید بر مبنای فضایل اخلاقی با در نظر گرفتن اعتقادات مذهبی استوار تنظیم شود. به این ترتیب امور تجاری، اقتصادی و مالی هم در چارچوب اصول معنوی و فضایل اخلاقی، از جمله عدالت و انصاف تحلیل‌پذیر خواهند بود. گردش ثروت و توزیع عادلانه آن که از اصول مهم حقوق تجارت در عصر حاضر هستند که مبنای مستحکمی در احکام فقهی دارند.

بنابراین ملاحظه می‌شود که مقررات اسلامی توجه ویژه‌ای به تجارت مبتنی بر معنویت و فضیلت دارد و هر گونه فعالیت تجاری نامشروع که تعادل بازار را دگرگون کند، ممنوع تلقی شده است. نگاه احکام اسلامی به موضوع رقابت نیز در این زمینه شایان توجه محسوب می‌شود. معلوم است که ریشه رقابت، منافع شخصی و تضاد منافع فرد با دیگران است. مقررات اسلامی ضمن تأکید بر حفظ منفعت شخص آن را به گونه‌ای جهت می‌دهد که در راستای منافع مشروع دیگران باشد، نه در تضاد با آنها. از این‌رو، در اسلام «رقابت» به معنای مراقبت از یکدیگر و پیشی گرفتن از هم در جلب منافع مادی نیست، بلکه مراقبت از هم به منظور جلب منافع مشروع برای همه مسلمانان است. همچنین در نگاه اسلامی رقابت به معنای تحصیل نفع بدون توجه به منافع دیگران با اخلاق ناسازگار و فساد را حاکم می‌کند و آثار سوء اقتصادی و اجتماعی دیگری دارد که شارع مقدس در صدد نفی این آثار ناپسند و مبارزه با ریشه این گونه مفسد است. بنابراین از نظر اسلام رقابت جز در کارهای نیک و کسب رضای الهی پذیرفتنی نیست (دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، مبانی اقتصاد اسلامی، ۱۳۷۳: ۱۴۹).

۱. قال إمام الصادق عليه السلام قوله: "مَنْ أَرَادَ التِّجَارَةَ فَلْيَتَفَقَّهْ فِي دِينِهِ، لِيَعْلَمَ بِذَلِكَ مَا يَحِلُّ لَهُ مِمَّا يَحْرُمُ عَلَيْهِ، وَمَنْ لَمْ يَتَفَقَّهْ فِي دِينِهِ ثُمَّ اتَّجَرَ تَوَرَّطَ الشُّبُهَاتِ".

بر اساس آنچه گفته شد، پدیده دامپینگ نیز که عبارت از فروش یک کالا در بازار خارجی به قیمتی پایین‌تر از هزینه نهایی تولید آن است، از جمله رویه‌های غیرمنصفانه و رقابت‌های نامشروع محسوب می‌شود. این پدیده به برهم خوردن تعادل بازار و وارد کردن زیان به سایر تاجران منجر خواهد شد. اسلام همواره این‌گونه تجارت را تحریم کرده و به مقابله با آن پرداخته است. در واقع دامپینگ با تعیین ناعادلانه قیمت به وقوع می‌پیوندد، امر ناپسندی که مورد توجه حقوقدانان اسلامی نیز واقع شده است. حکم مسئله تعیین قیمت برای کالاها از صدر اسلام مورد توجه قرار داشت. اقوال فقیهان در این مسئله متفاوت است. برخی به‌طور مطلق به جواز تعیین قیمت از سوی حکومت قائل نبوده‌اند و بعضی معتقدند که حکومت در ابتدا حق تعیین قیمت برای کالا را ندارد؛ اما اگر قیمت بر مردم اجحاف‌آمیز باشد، حکومت حق دارد برای کالا قیمت تعیین کند. آرای دیگری نیز در این زمینه وجود دارد (یوسفی، ۱۳۸۵: ۳۹).

اکنون با توجه به این نکات، در ادامه مقاله مبانی فقهی مقابله با دامپینگ را بررسی می‌کنیم.

### ممنوعیت دامپینگ: رابطه تسلیط و لاضرر

از میان قواعد فقهی مورد استناد فقیهان، می‌توان قاعده لاضرر را از جمله مبانی ممنوعیت دامپینگ در فقه اسلامی مطرح کرد. از این‌رو شایسته است که با بررسی قاعده لاضرر و قاعده تسلیط در این زمینه، دیدگاه نظام حقوقی اسلام تبیین شود.

قاعده «لاضرر و لاضرار» از مشهورترین و بنیادی‌ترین قواعد حقوق اسلامی هستند. شاید بتوان ادعا کرد که مبنای عمده این قاعده، عدالت و «لاضرر» وسیله و طریق اجرای عدالت است. بعید نیست که به‌همین دلیل قاعده لاضرر بر سایر ادله از نص و اجماع و غیره مقدم باشد یا بر عموم و اطلاق ادله «حکومت» کند. پایه دیگر این حاکمیت و تقدم، این است که احکام شرع بر مدار «مصلح و مفاسد» دور می‌زند و حکمی که مستلزم

ضرر باشد، گونه‌ای از مفسده است و اسلام، مفسده را منفی و مردود می‌داند (اصغری، ۱۳۸۸: ۱۸۱).

دیگر قاعده فقهی، قاعده‌ای است که گاهی از آن به «قاعده تسلط» یا «قاعده تسلیط» تعبیر می‌شود. ولی در عبارت فقهی به قاعده سلطنت معروف است. مفاد قاعده این بود که هر مالکی، نسبت به مال خود تسلط کامل دارد و می‌تواند در آن هر گونه تصرفی اعم از مادی و حقوقی بکند و هیچ‌کس نمی‌تواند او را بدون مجوز شرعی از تصرفات منع کند. به عبارت دیگر، به موجب این قاعده، اصل بر آن است که همه گونه تصرفات برای مالک مجاز است، مگر آنکه با دلیل شرعی خلاف آن اثبات شود. با استناد به این قاعده در مورد شک و تردید می‌گوییم: با توجه به عدم دلیل شرعی بر منع، مالک مجاز به تصرف است. به گفته صاحب جواهر: «قاعده سلطان المالك و تسلط الناس على اموالهم، اصل لایخرج عنه فی محل الشك» (محقق داماد، ۱۳۸۵: ۲۲۷)؛ یعنی قاعده سلطنت مالک [به تعبیر دیگر] تسلط مردم بر اموال خود، اصلی است که در موارد تردید [و نبود دلایل بر خلاف] نمی‌توان از آن خارج شد.

در مقابل عده‌ای دامنه قاعده تسلط را نامحدود ندانسته‌اند و می‌گویند که مالک نمی‌تواند با استناد به این قاعده در ملک خود هر نوع تصرفی بکند، بلکه اعمال این‌گونه تصرفات باید بر اصول و ضوابط مبتنی باشد، یعنی تصرفات مالک در ملک خود باید عقلایی باشد. و رای این‌گونه تصرفات عقلایی چنانچه مالک در ملک خود تصرفی کند، عقلا بر آن صحه نمی‌گذارند و چنین تصرفی اعتبار نخواهد داشت. قانون مدنی نیز به پیروی از فقه اسلامی دامنه محدود قاعده تسلیط را پذیرفته و در ماده ۱۳۲ قانون مدنی آمده است: «کسی نمی‌تواند در ملک خود تصرفی کند که مستلزم تضرر همسایه شود، مگر تصرفی که به مقدار متعارف و برای رفع حاجت یا دفع ضرر از خود باشد». ملاحظه می‌شود که قانون مدنی نیز فقط تصرف متعارف و در حد ضرورت را پذیرفته است که این تصرف نیز جز تصرف عقلایی نخواهد بود (محقق داماد، ۱۳۸۵: ۱۵۶).

در موضوع دامپینگ تولیدکننده محصول می‌تواند بر اساس قاعده تسلیط و اختیارات حاصل از این قاعده در محصولات تولیدی خود هر نوع تصرفی بکند، زیرا محصول تولیدی ملک اوست و طبق قاعده تسلیط می‌تواند هرگونه تصرف اعم از مادی و حقوقی در مال خویش انجام دهد. اما لازم است دامنه تصرف فروشنده یا تولیدکننده محصول مورد نظر را در پرتو دو نظریه موجود در زمینه قاعده تسلیط بررسی کنیم.

بر اساس نظریه اول، فروشنده یا تولیدکننده محصول بر اساس قاعده تسلیط، تصرف و تسلط خود را در اموال خویش به طور مطلق و همچنین حق هر گونه تصرفی و به هر شکل را در اموال خود دارد. از جمله اینکه فروشنده یا تولیدکننده محصول می‌تواند کالای تولیدی خود را طبق قاعده تسلیط به قیمت دلخواه بفروشد. البته باید این نکته را در نظر داشت که قیمت دلخواه فروشنده یا تولیدکننده محصول در این حالت همواره پایین‌تر از بهای عادی محصول است. در پرتو قاعده تسلیط طبق نظریه اول، تصرف فروشنده مجاز است و شرع هیچ‌گونه منع و ردعی از آن ندارد. در این وضعیت فروش پایین‌تر از بهای عادی محصول، موجب ورود ضرر و زیان به دیگران می‌شود و ایجاد ضرر به دیگران، جریان قاعده لاضرر را مطرح می‌کند و تعارض دو قاعده لاضرر و تسلیط به میان می‌آید.

معلوم است که تصرف فروشنده یا تولیدکننده محصول در مال خود (فروش پایین‌تر از بهای متعارف محصول) مستلزم ورود ضرر به دیگران است. هرچند ورود زیان غیرمستقیم و تسبیبی است و نه مستقیم و مباشرتی. در واقع، تصرف مالک دو عنوان دارد: از یک سو تصرف در ملک خود اوست و از سوی دیگر به نوعی ضرر به دیگری محسوب می‌شود؛ زیرا در دامپینگ، فروشنده محصول با فروش کالا به قیمت پایین‌تر از بهای عادی، درست است که به تصرف در مال خود پرداخته، اما تعیین قیمت نامتعارف، به نحوی در ملک دیگری نیز مؤثر است و با تعیین قیمت پایین‌تر به دیگری ضرر وارد می‌آورد. بنابراین تصرف در مال مالک، به تصرف در مال دیگری و توجه ضرر به دیگران منجر می‌شود و مجرای قاعده لاضرر را فراهم می‌کند و قاعده مذکور مانع تصرفات فروشنده یا تولیدکننده محصول خواهد شد.

به سخن دیگر در تعارض قاعده تسلیط و قاعده لاضرر به عنوان قاعده ثانوی، قاعده تسلیط که قاعده اولی است، حاکم می شود و تصرف مطلق العنان فروشنده و تولیدکننده، ممنوع و محدود می شود. بدیهی است در وضعیتی که عدم تصرف مالک یعنی فروشنده و تولیدکننده، سبب ورود ضرر به خود وی می شود، قاعده لاضرر از هر دو طرف اجرا شده و با تعارض دو لاضرر و تساقط آنها، نوبت به اجرای قاعده تسلیط می رسد. هرچند در محل بحث (دامپینگ) که مرتبط با نظم عمومی اقتصادی است، از جهت دیگری غیر از قاعده لاضرر باید مصلحت جامعه را برتر و حاکم دانست.

اما بر اساس نظریه دوم، در قاعده تسلیط فروشنده یا تولیدکننده محصول مورد نظر باید مبتنی بر قواعد و تحت اصول و ضابطه عقلایی و متعارف در محصول خود تصرف کند. وفق این نظریه تصرفات تولیدکننده و فروشنده باید عقلایی باشد. در موضوع دامپینگ، فروشنده یا تولیدکننده به فروش محصول پایین تر از بهای عادی آن اقدام می کند. فروش پایین تر از بهای عادی کالا تصرف عقلایی تلقی نمی شود، زیرا این اقدام فروشنده یا تولیدکننده سبب ضرر به دیگران شده و عقلاً بر تصرفی که همراه با ضرر به دیگران است، صحه نمی گذارند و به این تصرف اعتبار نمی دهند. همان گونه که شرح آن رفت، طبق این نظریه تصرف باید به قدر متعارف و برای رفع ضرر و حاجت باشد. حال آنکه تصرف فروشنده یا تولیدکننده در امر دامپینگ فاقد این ویژگی هاست.

در نتیجه این تصرف، عقلایی نیست و مشمول قاعده تسلیط نمی شود. در این فرض دامپینگ خارج از قلمرو قاعده تسلیط و تصرفی فراتر از این قاعده است و با قاعده لاضرر ارتباطی پیدا نمی کند، در واقع زمینه تعارض با قاعده لاضرر به وجود نمی آید. بنا بر آنچه گفته شد، ممنوعیت دامپینگ از یک سو در پرتو قاعده تسلیط با توجه به ممنوعیت تصرفات غیرعقلایی و از سوی دیگر با استناد به قاعده لاضرر با توجه به تعارض تصرفات مطلق فروشنده یا تولیدکننده محصول با قاعده لاضرر توجیه پذیر است.

## دامپینگ و سوءاستفاده از حق

از معیار سوءاستفاده از حق نیز می‌توان به‌عنوان یکی از معیارهای مورد توجه فقه اسلامی در ممنوعیت دامپینگ نام برد. به‌منظور بررسی ممنوعیت دامپینگ با توجه به این معیار ضرورت دارد که نخست؛ به اختصار معیار سوءاستفاده از حق را تبیین کرد و سپس ممنوعیت دامپینگ بر این اساس تحلیل می‌شود.

این سخن درست است که هیچ حقی مطلق نیست و صاحب آن نمی‌تواند وجود حق را وسیله ضرر زدن به دیگری قرار دهد یا آن را به شیوه‌ای به‌کار گیرد که در دید عرف ناهنجار به نظر آید، به بیان دیگر اجرای نادرست و نیرنگ‌آمیز حق یا سوءاستفاده از حق ممنوع است. شرط اجرای حق، هر چه که باشد. این نکته را می‌رساند که اشخاص نباید همزیستی در اجتماع را از یاد ببرند و ادعا کنند که در اجرای حقوقی که متون قوانین به آنان داده است، آزادی کامل دارند و حتی نیات شیطانی و ضد اجتماعی آنان نیز در پناه «حق» مباح جلوه می‌کند. به بیان دیگر همان‌گونه که حدود خارجی حق را قوانین معین می‌کند، حدود داخلی و شیوه اجرای آن را نیز اصول دیگری مقرر می‌دارد که تجاوز از این حدود را سوءاستفاده از حق می‌نامند (کاتوزیان، ۱۳۵۸: ۱۰۵).

مفاد سوءاستفاده از حق ناظر به موردی است که امکان اضرار به غیر در مفاد و طبیعت حق موجود باشد؛ مانند حق اعتصاب یا فسخ قرارداد. لیکن در جایی که اجرای حق مستلزم زیان دیگران در حال متعارف خود نیست، کسی که با عمل ناشایسته خود به دیگران صدمه می‌زند، حقی در این زمینه ندارد تا بتوان ادعا کرد که از آن سوءاستفاده شده است. به‌عنوان مثال اگر قاتلی با کارد خود به مقتول حمله کند، نباید گفت از حق مالکیت خود بر کارد سوءاستفاده کرده است. هیچ‌کس حق حمله به دیگران را ندارد و طبق قواعد عمومی با او رفتار می‌شود (کاتوزیان، ۱۳۵۸: ۱۰۶).

در حقوق اسلامی معیار سوءاستفاده از حق را می‌توان مبتنی بر قاعده لاضرر توجیه کرد. باید توجه داشت که در سوءاستفاده از حق باید حقی وجود داشته باشد و از آن حق

سوءاستفاده شود تا با استفاده از حکم ممنوعیت سوءاستفاده، مانع آن شد، در حالی که به طور کلی، برای اجرای قاعده لاضرر، وجود حق سابق ضرورت ندارد. اما در نهایت مبنای حکم به ممنوعیت سوءاستفاده از حق، قاعده لاضرر است.

بدیهی است که در ممنوعیت انجام دادن عمل در جایی که شخص حق انجام دادن آن را ندارد تردیدی نیست. اما در جایی که شخص حق قانونی و مشروع انجام دادن عملی را دارد، آیا ممکن است در صورت ورود زیان در نتیجه استفاده شخص از حق مشروع خود، عمل او را ممنوع بدانیم؟ در حقوق امروزی این موضوع را ذیل عناوین "abuse of rights" یا "التعسف فی استعمال الحق" مطرح می‌کنند (السنهوری، ۱۹۵۴: ۸۳۵؛ فتحی، ۱۴۰۸: ۱۵؛ ره پیک، ۱۳۸۲: ۶۴).

می‌توان این نظریه را با استناد به آیات قرآنی از جمله آیه ۱۲ سوره النساء: «و برای شما، نصف میراث زنانان است، اگر آنها فرزندی نداشته باشند و اگر فرزندی داشته باشند، یک چهارم میراث آنها از آن شماست، پس از انجام وصیتی که به آن سفارش کرده‌اند و ادای دین. و برای زنان شما، یک چهارم میراث شماست، اگر فرزندی نداشته باشید و اگر برای شما فرزندی باشد، یک هشتم میراث شما از آن آنهاست، بعد از انجام وصیتی که به آن سفارش کرده‌اید و ادای دین. و اگر (میت) مرد یا زنی بوده باشد که خواهر یا برادر از او ارث می‌برند و یک برادر یا یک خواهر دارد، سهم هر کدام، یک ششم است (اگر برادر و خواهر مادری باشد) و اگر بیش از یک نفر باشند، آنها در یک سوم شریکند، پس از انجام وصیتی که به آن سفارش شده، و ادای دین، به شرط آنکه (از طریق وصیت و اقرار به دین) به ورثه ضرر نزنند. این سفارش خداست، و خدا دانا و دارای حلم است»؛ آیه ۲ سوره طلاق: «و چون عدّه آنها به پایان نزدیک شود، یا آنها را به طرز شایسته‌ای نگه دارید یا به طرز شایسته‌ای از آنان جدا شوید، و دو مرد عادل از خودتان را گواه بگیرید، و شهادت را برای خدا بر پا دارید، این چیزی است که مؤمنان به خدا و روز قیامت به آن اندرز داده می‌شوند. و هر کس تقوای الهی پیشه کند، خداوند راه نجاتی برای او فراهم می‌کند» و آیه

۶ سوره طلاق: «آنها [زنان مطلقه] را هر جا که خودتان سکونت دارید و در توانایی شماست، سکونت دهید، و به آنها زیان نرسانید تا آنها را در تنگنا قرار دهید (و مجبور به ترک منزل شوند)، و اگر باردار باشند، نفقه آنها را بپردازید تا وضع حمل کنند، و اگر برای شما (فرزند را) شیر می‌دهند، پاداش آنها را بپردازید» و آیه ۲۳۲ سوره بقره: «و هنگامی که زنان را طلاق دادید و به پایان عده خود رسیدند، مانع آنها نشوید که با همسران (سابق) خویش، ازدواج کنند، اگر رضایت در میان آنان، به طرز پسندیده‌ای برقرار گردد. این دستوری است که تنها افرادی از شما، که ایمان به خدا و روز قیامت دارند، از آن، پند می‌گیرند. این (دستور)، برای رشد (خانواده‌های) شما و پاکیزگی (جامعه) مفیدتر است، و خدا می‌داند و شما نمی‌دانید» و آیه ۱۸۰ سوره بقره: «بر شما مقرر شده هنگامی که مرگ یکی از شما فرا رسد، اگر چیز ارزشمندی [مالی] از خود به جای گذارده، برای پدر و مادر و خویشاوندان، به طور شایسته وصیت کند. این وظیفه‌ای است بر پرهیزگاران» تأیید کرد.

همچنین در صورتی که منع سوءاستفاده از حق را جلوه دیگری از رعایت حسن نیت تلقی کنیم، از آیه ۱۸۷ سوره بقره: «آمیزش جنسی با همسرانتان، در شب‌روهایی که روزه می‌گیرید، حلال است. آنها لباس شما هستند، و شما لباس آنها (هر دو زینت هم و سبب حفظ یکدیگرید). خداوند می‌داند که شما به خود خیانت می‌کردید (و این کار ممنوع را انجام می‌دادید) پس توبه شما را پذیرفت و شما را بخشید. اکنون با آنها آمیزش کنید و از آنچه خداوند به شما اجازه داده، بهره‌مند شوید. و بخورید و بیاشامید، تا رشته سپید صبح، از رشته سیاه (شب) برای شما آشکار گردد، سپس روزه را تا شب، کامل کنید و نیز، در حالی که در مساجد به اعتکاف پرداخته‌اید، با زنان آمیزش نکنید. اینها، مرزهای الهی است، پس به آنها نزدیک نشوید! خداوند، اینچنین آیات خود را برای مردم، روشن می‌سازد، تا پرهیزگار شوند» نیز می‌توان تأیید حکم ممنوعیت سوءاستفاده از حق را استنباط کرد.

با توجه به این آیات و سایر مستندات، به نظر می‌رسد که در حقوق اسلامی صاحب حق در اجرای آن نیست و چنانکه گفته شد این اندیشه را می‌توان از حدیث نبوی «لاضرر



و لاضرار فی الاسلام» استنباط کرد که پیامبر اسلام در دعوی معروف سمره بن حندب حکم فرمود تا درخت خرمايي را که مالک آن به طور نامتعارف از حق خویش استفاده می‌کرد (و با رفت و آمدهای نابهنگام مالک خانه محل درخت را آزار می‌داد) قطع کند.

قاعده لاضرر قلمرو وسیع تری از سوءاستفاده از حق دارد و فقیهان اسلامی از آن به عنوان حکم ثانوی محدودکننده، استفاده کرده‌اند تا هر جا ضرر نامشروع و نامناسبی از احکام ناشی می‌شود، از آن پرهیز کنند. به اعتقاد همگان قاعده لاضرر بر اصل احترام به مالکیت حکومت دارد و اختیار مالک را در مواردی که بیهوده به دیگران ضرر می‌رساند، محدود می‌کند و باید از آن به عنوان منبع سوءاستفاده از حق نیز نام برد.

اکنون پس از تبیین ممنوعیت سوءاستفاده از حق در شریعت اسلامی، موضوع دامپینگ را بر اساس ممنوعیت سوءاستفاده از حق بررسی می‌کنیم. چنانکه گفته شد هنگامی که کالایی با ارزش کمتر از «ارزش عادی»<sup>۱</sup> وارد جریان تجارت کشور دیگری شد، دامپینگ صورت می‌گیرد. بنابراین کالا در زمانی به صورت دامپینگ فروخته شده است که «بهای صادرات»<sup>۲</sup> آن، کمتر از ارزش عادی کالا باشد.

با توجه به اینکه در بازار تجارت هر تاجری حق دارد کالای خود را به قیمت دلخواه بفروشد و این امر در آیات و روایات متعددی در خصوص آزادی تعیین قیمت از سوی فروشنده نیز پذیرفته شده است (از جمله آیه شریفه ۲۹ سوره نساء: «یا ایها الذین آمنوا لاتاکلوا اموالکم بینکم بالباطل الا ان تکون تجاره عن تراض منکم»؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! اموال یکدیگر را به باطل (از راه نامشروع نخورید، مگر آنکه تجارتي با رضای شما انجام گیرد) اگر فروشنده به قیمت تعیین شده برای کالایش راضی نباشد، معامله صحیح نخواهد بود، زیرا آزادی فروشنده در تعیین قیمت کالای خود، سلب شده است.

---

1. Normal Value

2. Export Price

بر این اساس هر فروشنده و تاجری می‌تواند کالای تولیدی یا خریداری‌شده خود را بر اساس حق تعیین قیمت با تعیین قیمت نامتعارف (ارزان یا گران) به دیگران آسیب برساند. در این حالت قاعده منع سوءاستفاده از حق مطرح و آزادی مطلق فروشنده در تعیین قیمت، با معیار ممنوعیت سوءاستفاده از حق در اسلام محدود می‌شود. در واقع زمانی که قیمت معین شده از سوی فروشنده به ضرر دیگران باشد، وی از حق خود سوءاستفاده کرده و به این وسیله به دیگران زیان رسانده و مستند به قاعده منع سوءاستفاده از حق، اقدام او ممنوع است. در اینجا توجه به بیان روایتی از رسول اکرم (ص) در این زمینه مهم خواهد بود:

مر رسول الله صلی علیه و آله برجل بالسوق یبیع طعاماً بسعر هو ارخص من سعر السوق فقال: تبیع فی سوقنا بسعر هو ارخص من سعرنا قال نعم قال صبراً و احتساباً قال نعم قال ابشر فان الجالب الی سوقنا کالمجاهد فی سبیل الله و المحتکر فی سوقنا کالملحد فی کتاب الله.

رسول اکرم در بازار از مردی گذر کرد که کالایی را ارزان‌تر از قیمت متعارف آن می‌فروخت. حضرت فرمودند: در بازار ما کالا را به قیمتی کمتر از نرخ بازار می‌فروشی؟ مرد گفت: آری، حضرت فرمودند: آیا این به دلیل از خودگذشتگی برای خداست؟ عرض کرد، آری. حضرت فرمود: بر تو بشارت باد، کسی که کالایی را به بازار می‌آورد، مثل مجاهد در راه خداست و کسی که در بازار احتکار می‌کند همانند ملحد در کتاب خداست» (نیشابوری، ۱۴۰۷، ج ۲: ۱۲).

بنابراین اگر کسی کالای خود را کمتر از قیمت متعارف بازار بفروشد و این کار را برای رضای الهی انجام دهد، به یقین کار پسندیده‌ای است و پاداش الهی خواهد داشت؛ اما اگر این اقدام برای ورشکست کردن دیگران و خارج کردن آنان از بازار باشد، از نظر شریعت اسلامی ناپسند است.

در موضوع دامپینگ، کشور صادرکننده با سوءاستفاده از حق تعیین قیمت، کالای خود را پایین‌تر از ارزش عادی آن می‌فروشد. در حقیقت قیمتی که کشور صادرکننده تعیین می‌کند به قصد اضرار به صنعت داخلی کشور واردکننده است. با احراز قصد اضرار کشور

صادرکننده، وفق معیار ممنوعیت سوءاستفاده از حق، اقدام مزبور مورد نهی خواهد بود. بنابراین می‌توان استدلال کرد که ارزان‌فروشی نامتعارف کشور صادرکننده که با قصد اضرار به صنعت داخلی کشور واردکننده صورت می‌گیرد، نمونه بارز سوءاستفاده از حق (تعیین قیمت) است و اسلام این امر را منع کرده است.

### دامپینگ و اخلال در نظام اقتصادی

به نظر می‌رسد که یکی از مبانی انکارناپذیر ممنوعیت دامپینگ در فقه اسلامی، ایجاد اختلال در نظام اقتصادی است. حرمت اخلال نظام و حفظ نظام از زمره اموریهستند که فقیهان بر آن تأکید کرده‌اند. به منظور تبیین بیشتر موضوع، نخست مفهوم نظام و نحوه حفظ و اختلال در آن بررسی و سپس موضوع دامپینگ را با نگاه به تأثیر آن در نظام اقتصادی بازبینی می‌کنیم.

نظام، مجموعه‌ای از عناصر است که به‌طور منظم و با رابطه کنش و واکنش متقابل برای تحقق هدف مشترک به صورت معناداری به هم پیوسته‌اند. این انتظام و به‌هم‌پیوستگی به‌گونه‌ای است که اگر در یکی از عناصر تشکیل‌دهنده نظام خللی وارد شود، نظام نیز دچار اختلال خواهد شد (ملک افضلی، ۱۳۹۰: ۱۵). جامعه‌شناسان نظم یا نظام اجتماع را متشکل از چهار خرده نظام دانسته‌اند که هر یک از آنها کارکرد ویژه خود را برای دستیابی به اهداف جامعه ایفا می‌کنند (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۲). چهار خرده‌نظام اساسی و اصلی به ترتیب سلسله‌مراتب عبارتند از: نظام سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی.

از موضوعات اساسی در بررسی نظام، مسئله حفظ نظام و روی دیگر آن، اختلال نظام است. این امر در فتاوی و اقوال فقیهان بررسی می‌شود و هر گاه حکم شرعی «حفظ نظام» روشن شود، به‌خودی خود حکم روی دیگر آن یعنی اختلال نظام نیز روشن می‌شود. در تعبیر برخی از فقیهان آمده است که: حفظ نظام از واجبات اکیده و اخلال وارد کردن به امور مسلمانان، از امور مورد سرزنش و غضب شارع تلقی می‌شود (امام خمینی، ۱۴۲۱:

۶۱۹). با توجه به فتاوایی که در مورد حکم حفظ نظام نقل شده و مستندات این حکم، می‌توان نتیجه گرفت که وجوب حفظ نظام حکمی تکلیفی است که نقض آن یعنی ایجاد اخلال در نظام، موجب استحقاق سرزنش و عقاب خواهد بود (ملک افضلی، ۱۳۹۰: ۱۱۵). بنابراین اخلال در نظام چه دلیل هرج و مرجی که مانع وصول انسان‌ها به اهداف زندگی فردی و اجتماعی است (اخلال به معنای عام) و چه به دلیل اخلال در هر یک از نظام‌های اقتصادی، فرهنگی و غیره که در نهایت به ایجاد اخلال در نظام کلی جامعه منجر می‌شود (اخلال به معنای خاص) موضوع حکم حرمت شارع مقدس بوده و شارع از هر دو منع و ردع کرده است. در نتیجه می‌توان گفت از جمله اخلال در نظام اقتصادی مورد حکم حرمت قانونگذار است.

در اسلام، علاوه بر آنکه نظام اقتصادی اهداف دنیوی و مادی دارد، به دنبال تأمین منافع معنوی و اخروی انسان هم هست. از مهم‌ترین اهداف دنیوی اقتصاد اسلامی، عدالت اقتصادی و تعدیل ثروت و قدرت اقتصادی در جامعه اسلامی یا حکومت اسلامی است و به هر ترتیب مهم‌ترین هدف اقتصاد، حل مشکلات پیش روی انسان در جامعه محسوب می‌شود. از لحاظ معنوی، در نظام اقتصادی اسلام، عناصری تعبیه شده است که به‌طور مستقیم انسان را در مسیر رشد و تکامل یاری می‌دهد. هدفی که به هدف غایی نظام عام اسلامی منتهی می‌شود و آن هدف دستیابی بیشترین افراد به بالاترین مرتبه عبودیت و تقرب به خداوند است (ملک افضلی، ۱۳۹۰: ۳۳-۳۴).

واضح است که هر اقدامی که سبب اخلال در نظام اقتصادی شود، ابتدا نظام فرهنگی را دچار اختلال می‌کند، آنگاه نظام عام جامعه مختل شده، در نتیجه جامعه از هدف اساسی خود یعنی سعادت و کمال دنیوی و اخروی، باز می‌ماند. بی‌تردید یکی از فلسفه‌های مذمت فقر و تنگدستی در اسلام اهمیت همین امر است.

از جمله اموری که شاید به اخلال در نظام اقتصادی و در نتیجه اخلال کلی نظام منجر شود، دامپینگ است. چنانکه گفته شد، دامپینگ عبارت است از ورود یک محصول به بازار

کشور دیگر با قیمتی کمتر از ارزش عادی آن یا محصول مشابه آن. با تعمق در تعریف دامپینگ معلوم می‌شود کشوری که کالای تولیدی خود را پایین‌تر از ارزش عادی آن در بازار کشور دیگر می‌فروشد، قطعاً دارای انگیزه و هدف‌های مختلفی است که در ابتدای مقاله به‌طور مفصل بیان شد. به‌طور کلی وقوع دامپینگ با هر یک از انگیزه‌های مذکور در بلندمدت تأثیر مخربی بر اقتصاد کشور واردکننده خواهد داشت، به‌عبارت دیگر می‌توان گفت کشور صادرکننده محصول مورد دامپ، اقتصاد کشور واردکننده را هدف قرار داده و با تحمل زیان‌های کوتاه‌مدت، تولیدکنندگان محصول مشابه را در کشور واردکننده فلج می‌کند.

به‌منظور تبیین بیشتر موضوع، به آثار اقتصادی دامپینگ اشاره می‌شود. هنگامی که دامپینگ به‌وقوع می‌پیوندد، سه گروه درگیر آن می‌شوند: کشور واردکننده، کشور صادرکننده، اقتصاد بین‌الملل. از یک سو، دامپینگ در کوتاه‌مدت برای کشورهای واردکننده زیان‌آور است. مردم اقبال بیشتری به خرید کالای ارزان‌تر نشان می‌دهند و با این شیوه بسیاری از رقبا از دایره رقابت خارج خواهند شد. در نتیجه کشور صادرکننده که کالایش را ارزان می‌فروشد (دامپینگ) دیگر رقیبی ندارد و با آرامش خیال قیمت را بالا می‌برد. هم رقیب را حذف کرده، هم کالایش را فروخته و هم برای قیمت حداکثری کالایش تعیین تکلیف کرده است. از سوی دیگر، وقتی دامپینگ در زمینه محصولات کم‌هزینه رخ می‌دهد، تأثیری بر هزینه نهایی تولید و بر قیمت کالا در داخل کشور نخواهد داشت و صرفاً سبب فشار مضاعف بر مردم خواهد شد. و در نهایت، همان‌گونه که در مقررات سازمان تجارت جهانی آمده، دامپینگ شیوه غیرمنصفانه تجارت و به‌عبارتی شیوه‌ای ضد رقابتی است. سازمان تجارت جهانی همواره این شیوه تجارت را نفی کرده است، زیرا فضای عادلانه تجارت را تخریب می‌کند و تأثیر منفی بر اقتصاد بین‌الملل خواهد داشت (خوشدل روحانی، ۱۳۸۸: ۲۲).

با توجه به مطلب بالا معلوم می‌شود که دامپینگ آثار سوء اقتصادی فراوانی بر اقتصاد کشور واردکننده خواهد داشت، از جمله این آثار: فلج کردن تولیدکننده داخلی محصول مشابه، وابستگی اقتصادی کشور واردکننده، به دست آوردن بازار داخلی کشور واردکننده و ..... است. با وقوع دامپینگ نظام اقتصادی کشور واردکننده مختل و با اختلال در نظام اقتصادی به عنوان یکی از خرده نظام‌های تحت نظام عام، نظام عام نیز مختل می‌شود. با در نظر گرفتن این امر که در فتاوی و اقوال فقیهان، حفظ نظام و حرمت اختلال نظام مورد تأکید قرار گرفته است و همچنین با عنایت به این نکته که هدف دامپینگ، اختلال در نظام اقتصادی کشور واردکننده محصول مشابه خواهد بود، حرمت و منع و ردع شارع نسبت به این پدیده (دامپینگ) به عنوان علت اختلال نظام آشکار می‌شود.

### دامپینگ و نظریه کلی اکل مال بالباطل

برخی از حقوقدانان اسلامی مستفاد از آیه ۱۸۸ سوره بقره، و آیه ۲۹ سوره نساء و آیه ۳۴ سوره توبه نظریه‌ای کلی را استنباط کرده‌اند و با عنوان نظریه کلی «اکل مال بالباطل» هر گونه تحصیل، استفاده ناروا، تصرفات ظالمانه و غاصبانه در اموال و از بین بردن حقوق دیگران را معامله‌ای خسارتبار، ضرری، غرری و در یک کلام اکل مال به باطل دانسته‌اند و به صراحت اعلام کرده‌اند که اکل مال بالباطل نظریه‌ای عمومی است و تمام انواع روابط اقتصادی و تحصیل ثروت از رهگذر باطل را شامل می‌شود. آنان بر این باورند که قرآن مجید چنین اقداماتی را سبب هلاکت و نابودی مردم و از هم گسستگی جامعه مؤمنان می‌داند.

در آیه ۱۸۸ سوره بقره آمده است: «اموال یکدیگر را به ناشایست نخوردید و آن را به رشوه، به حاکمان ندهید، تا بدان سبب اموال گروه دیگر را به ناحق بخورید و شما خود می‌دانید».

در آیه ۲۹ سوره نساء نیز می‌فرماید: «ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اموال یکدیگر را به ناحق نخورید، مگر آنکه تجارتی باشد که هر دو بدان رضایت داده باشید و یکدیگر را نکشید هر آینه خداوند با شما مهربان است».

در آیه ۳۴ سوره توبه نیز می‌خوانیم: «ای کسانی که ایمان آورده‌اید، بسیار از حبران و راهبان یهود و نصاری، اموال مردم را به ناحق می‌خورند و دیگران را از راه خدا باز می‌دارند و کسانی که زر و سیم می‌اندوزند و در راه خدا انفاقش نمی‌کنند به عذابی دردآور بشارت ده».

ملاحظه می‌شود که در آیه سوره نساء، پس از نهی اکل مال بالباطل، نهی از قتل نفس آمده است، تناسب این دو نهاد جای تأمل و اندیشه بسیار دارد (محقق داماد، ۱۳۹۳: ۸ - ۹). علامه طباطبایی به این نکته توجه کرده‌اند و چنین فرموده‌اند: «ظاهر این آیه آن است که همه مؤمنین را یک واحد فرض کرده که آن واحد حتی دارای مالی است که باید آن را از غیر طریق باطل بخورد، ای بسا که اشاره به این معنا از آن استفاده شود و حتی دلالت کند بر اینکه مراد از کلمه "انفس" تمامی افراد جامعه دینی باشد و مانند جمله قبل همه مؤمنین را فرد واحدی فرض کرده باشد. به طوری که جان هر فردی جان سایر افراد است. در نتیجه در مثل چنین مجتمعی، نفس و جان یک فرد هم جان خود اوست و هم جان سایر افراد، پس چه خودش را بکشد و چه غیر را، خودش را کشته است (طباطبایی، ۱۳۶۳، ج ۴: ۵۰۵).

نکته دیگری را که می‌توان افزود این است که در آمدن این دو نهی در پی یکدیگر، گویی دومی نتیجه و معلول اولی یا حکمت موضوع نهی اولین است، به این معنا که با توجه به اینکه جامعه مؤمنان همچون جان واحد است، رواج تحصیل مال از طریق نامشروع از طریق باطل و نامشروع، موجب هلاکت و تباهی و مرگ جامعه خواهد بود و چون خداوند متعال در پی احیای جامعه اسلامی است، از آن نهی می‌فرماید (محقق داماد، ۱۳۹۳: ۹).

با فرض پذیرش نظریه کلی اکل مال به باطل به نظر می‌رسد برای مشروعیت روابط مالی فیما بین مردم، وجود دو رکن لازم است: اولاً، باید داد و ستد عادلانه صورت گیرد؛ ثانیاً، داد و ستد مبتنی بر تراضی شرعی طرفین باشد، به همین دلیل معاملات ظالمانه همانند احتکار، کم‌فروشی، معامله از روی تدلیس و فریب، معاملات قماری، معاملات غرری، معاملات غیرجدی، نجش، معاملات اکراهی، معاملات ربوی و معاملات بر روی اشیای نامشروع، مخدوش و محکوم به عدم نفوذ و فساد هستند.

با این نگاه و در قالب طرح کلی اکل مال بالباطل، بی‌تردید معاملات مبتنی بر دامپینگ نامشروع و مخرب خواهند بود. در واقع دامپینگ سبب بر هم خوردن وضعیت عادی بازار و ورود خسارت به تولیدکننده در کشوری می‌شود که مورد دامپ قرار گرفته است. بدون شک این‌گونه معاملات، دادوستد عادلانه تلقی نمی‌شوند و هرچند دامپینگ مخالف اصل آزادی ارادی و آزادی قراردادی نیست، واضح است که اصل اخیرالذکر در تمامی نظام‌های حقوقی از جمله سیستم حقوقی اسلام، محدود و مقید به عدالت و انصاف است.

به سخن دیگر با پذیرش نظریه اکل مال بالباطل، و به‌طور خاص در صورتی که با توجه به تفسیر پیش‌گفته از آیه ۲۹ سوره نساء، تمامی افراد جامعه دینی را به‌عنوان یک واحد تلقی کنیم، معاملات مبتنی بر دامپینگ بدون شک کلیت جامعه اسلامی را با مشکل جدی مواجه می‌کند و در همین زمینه تحصیل مال ناشی از آن، تحصیل نامشروع و نوعی اکل مال بالباطل خواهد بود.

### دامپینگ و مذاق شریعت

گاهی برای کشف حکم شرعی، دلیل صریح وجود ندارد، اما فقدان دلیل، دلیلی بر فقدان حکم شرعی نیست. در این موارد گاهی فقیهان اصطلاح مذاق شریعت یا مذاق شارع را به‌کار می‌برند. در جایی که دلیل صریحی بر حکم وجود ندارد، فقیه با ملاحظه مجموعه احکام، قواعد و اصول فقهی و با نگاه به کلیت شریعت و نگاه کلی نگرانه به دستگاه شرع،



حکمی را استنباط می‌کند. معمولاً فقیهان در زمانی این اصطلاح را به کار می‌برند که اولاً، حکم شرعی وجود دارد؛ ثانیاً، استناد آن حکم به شریعت قطعی باشد و حکم مزبور صریحاً یا ضمناً در منابع شناخته شده (کتاب، سنت، اجماع و عقل) بیان نشده باشد.

با پذیرش مذاق شریعت به عنوان منبعی برای استنباط حکم شرعی، می‌توان ممنوعیت دامپینگ را حکمی همگام با مذاق شارع و از مجموعه احکام و قواعد استنباط کرد. ملاحظه دیدگاه شارع در معاملاتی که مبتنی بر رقابت غیرمنصفانه شکل می‌گیرد، نشان‌دهنده مذاق شارع در برخورد با این گونه معاملات است.

دیدگاه شریعت در مورد «السوم علی السوم، البیع علی البیع»، نجش، تلقی الرکبان، تدلیس و مانند آن نشان دهنده رویکرد شارع به هر گونه تحصیل نامشروع ثروت است. در واقع چنانکه گفته شد، این امر مشعر بر آن است که امور تجاری، اقتصادی و مالی در چارچوب اصول معنوی و فضایل اخلاقی از جمله عدالت و انصاف تحلیل‌شدنی خواهند بود. بر اساس این رویکرد هرگونه فعالیت تجاری نامشروع که تعادل بازار را دگرگون کند، ممنوع تلقی می‌شود. دامپینگ به عنوان فعالیت تجاری و اقتصادی که تعادل بازار را دگرگون و در مسیری مغایر با عدالت و انصاف عمل می‌کند، مغایر با مذاق شریعت و در نتیجه ممنوع تلقی می‌شود.<sup>۱</sup>

۱. السوم علی السوم: در صورتی که در رابطه قراردادی بین دو طرف، مذاکرات انجام گرفته، ثمن مشخص شده و طرفین بر انعقاد قرارداد تراضی دارند، قبل از انعقاد قرارداد شخص دیگری شرایط بهتری برای انعقاد قرارداد پیشنهاد و از معامله طرفین جلوگیری می‌کند. فقیهان در حرمت یا کراهت این معامله اختلاف نظر دارند (نجفی، جواهرالکلام، ج ۲۲: ۴۶۰؛ شهید ثانی، مسالک الافهام، ج ۳: ۱۸۷)؛ مستند این حکم روایتی از امام صادق علیه السلام است که فرمودند: نهی رسول الله صلی الله علیه و آله ان یدخل الرجل فی سوم اخیه المسلم (عاملی، وسائل الشیعه، باب ۴۹ از ابواب آداب التجاره، ح ۳).

البیع علی البیع: در صورتی که قرارداد بیع منعقد شود، در زمانی که یکی از طرفین حق فسخ قرارداد را دارد، شخص ثالثی با پیشنهاد بهتری به ذوالخیار از او بخواهد که بیع قبلی را فسخ و با او قرارداد را منعقد کند. در این خصوص نیز فقیهان از جهت حرمت یا کراهت اختلاف نظر دارند (رک: حلی، السرائر، ج ۲: ۲۵۲؛ نراقی،

با توجه به آنچه گفته شد، به نظر می‌رسد که رویکرد شریعت اسلامی به اقدامات مرتبط با رقابت غیرمنصفانه مانند السوم علی السوم، البیع علی البیع نجش، تلقی الرکبان و مانند آن، رویکردی اخلاقی و در قلمرو حکم تکلیفی است. از این رو، در صورتی که مبنا و منبع ممنوعیت دامپینگ را در شریعت اسلامی، مذاق شارع تلقی کنیم، از جنبه حکم تکلیفی، این اقدام ممنوعیت شرعی دارد.

### نتیجه‌گیری

گسترش تجارت جهانی از اواسط سده نوزدهم بیش از پیش بر گرایش تجار به رقابت نامشروع افزود. موانع و تعرفه‌های تجاری در راستای جهانی شدن تجارت، سبب افزایش دامپینگ می‌شود. ایران به‌عنوان کشوری در حال توسعه، با خطر وقوع دامپینگ مواجه است. اولین قانونی که تا حدودی به مقابله با دامپینگ پرداخت قانون امور گمرکی سال ۱۳۵۰ است. اما جامع‌ترین مقرراتی که در زمینه مبارزه با دامپینگ تصویب شده، مصوبه هیأت وزیران مورخ سال ۱۳۸۶ است. مطالعه تطبیقی در مقررات ایران و موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان

مستندالشیعه، ج ۱۴: ۳۱).

نجش: نجش در واقع نوعی بازسازی غیرواقعی و کاذب است. شخصی که قصد واقعی بر انعقاد قرارداد ندارد، به‌عنوان مشتری وارد می‌شود و ثمنی بیشتر از خریدار یا خریداران احتمالی ارائه می‌کند. در نتیجه این عمل غیراخلاقی، خریدار یا خریداران احتمالی قیمت بیشتری می‌پردازند (شهید اول، دروس، ج ۳: ۱۸۷) نجش در دو وضعیت مطرح می‌شود: گاهی به ضرر خریدار یا مصرف‌کننده و زمانی به زیان فروشنده است. حالت اخیر این است که فردی کالای دیگری را مذمت کند تا او کالا را ارزان‌تر بفروشد.

تلقی الرکبان؛ پیامبر ﷺ از به استقبال رفتن کاروان‌ها نهی فرموده‌اند و بر اساس نقل فقیهان عامه برای مالک کالایی که آنها را خارج از شهر فروخته است، حق خیار وجود دارد. فقیهان امامیه این اقدام را به‌عنوان عمل حرام یا مکروهی مورد توجه قرار داده‌اند. ظاهراً مبنای این وضعیت آن است که از جهالت اهل کاروان نسبت به قیمت واقعی کالا در شهر، سوءاستفاده می‌شود. در واقع دیدگاه قابل انتساب به فقیهان امامیه این است که تلقی الرکبان اقدامی غیراخلاقی و مکروه یا حرام است.

تجارت جهانی نشان می‌دهد که جز برخی تفاوت‌های جزئی اختلاف‌های کلی میان این دو قانون دیده نمی‌شود و حتی گاه میان عبارات و جمله‌بندی آنها شباهت کامل وجود دارد. اما همچنان مقررات ایران در زمینه مقابله با دامپینگ دارای نقصان‌هایی است.

در دین اسلام تجارت بر پایه معنویت و فضیلت توصیه شده و تأکید بر آن است که تاجر از روی عدل و انصاف رفتار کند. اسلام هر گونه عملی را که سبب ایجاد فضای رقابت ناسالم یا ظلم به سایر تجار و بر هم زدن تعادل بازار شود، مردود دانسته است و به مبارزه با این اعمال می‌پردازد. دامپینگ که از رویه‌های غیرمنصفانه تجارت و از نتایج منفی رقابت آزاد است، از منظر اسلام به دلایل ذیل مذموم محسوب می‌شود:

۱. دامپینگ سبب زیان جامعه اسلامی و بروز سوءاستفاده از حق می‌شود. هر چند وفق قاعده تسلیط، افراد در اموال خود حق تصرف مطلق دارند اما با توجه به حاکمیت قاعده لاضرر بر قاعده تسلیط، نمی‌توان مظاهر قاعده تسلیط را به‌طور مطلق مشروع دانست و به‌همین دلیل دامپینگ بر مبنای موازین شرعی ممنوع خواهد بود.
۲. ارزان‌فروشی نامتعارف کشور صادرکننده که با قصد اضرار به صنعت داخلی کشور واردکننده صورت گیرد، سوءاستفاده از حق تعیین قیمت توسط فروشنده محسوب می‌شود که این امر در اسلام منع شده است.
۳. دامپینگ آثار سوء اقتصادی فراوانی بر اقتصاد کشور واردکننده خواهد داشت و با وقوع آن نظام اقتصادی کشور واردکننده مختل می‌شود. با اختلال در نظام اقتصادی به‌عنوان یکی از خرده نظام‌های تحت نظام عام، نظام عام هم مختل خواهد شد و از آنجا که در رفتار و اقوال فقیهان بر حفظ نظام و حرمت اختلال نظام تأکید شده، بنابراین دامپینگ با توجه به هدف آن (اختلال در نظام اقتصادی کشور واردکننده محصول مشابه) حرام است.

به نظر می‌رسد که در قوانین ایران در زمینه مقررات ضد دامپینگ تا حدی نظریه فقهی مورد توجه بوده و در برخی از مقررات به‌صراحت به این نکته اشاره شده است.

## منابع

۱. اصغری، سید محمد (۱۳۸۸). *عدالت به‌مثابه قاعده*، تهران، نشر اطلاعات.
۲. امام خمینی (۱۴۲۱). *کتاب‌البیع*، جلد دوم، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۳. بهرامی احمدی، حمید (۱۳۷۷). *سوءاستفاده از حق مطالعه تطبیقی در حقوق اسلام و دیگر نظام‌های حقوقی*، چاپ سوم، تهران، نشر اطلاعات.
۴. جعفری هرندی، مهشید (۱۳۸۸). *بررسی تجارت غیرمنصفانه کالا از طریق دامپینگ در سازمان تجارت جهانی و قانون ایران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، پردیس قم دانشگاه تهران.
۵. چلبی، مسعود (۱۳۷۵). *جامعه‌شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی*، چاپ سوم، تهران، نشر نی.
۶. حر عاملی، محمدبن حسن (۱۴۱۴). *وسائل‌الشیعه*، جلد ۱۲، قم، مؤسسه آل‌البیت علیهم‌السلام لإحياء التراث.
۷. حلی، محمدبن ادریس (۱۴۱۱). *السرائر الحاوی لتحریر الفتاوی*، قم، مؤسسه نشر اسلامی.
۸. خوشدل روحانی، مولود (۱۳۸۸). *رقابتی مکارانه در اقتصاد*، تهران، شاهد جوان، ماهنامه.
۹. \_\_\_\_\_ (۱۳۸۰). *دامپینگ بازار ایران می‌بایست با سهمیه‌بندی واردات کنترل شود*، بررسی‌های بازرگانی، شماره ۱۷۱: ۳۳-۳۹.
۱۰. دژم‌خوی، غزاله و مرادپور، فرزاد (۱۳۸۳). *الزامات ضد قیمت‌شکنی (ضد دامپینگ) در سازمان تجارت جهانی و ضرورت تدوین مقررات داخلی مرتبط*، مجموعه مقالات همایش راهبرد توسعه اقتصادی، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی: ۶۶۰-۶۲۱.
۱۱. دژم‌خوی، غزاله و مرادپور، فرزاد (۱۳۸۵). *موافقت‌نامه‌های ضد قیمت‌شکنی (ضد دامپینگ) و حفاظت‌ها*، کتاب سازمان تجارت جهانی ساختار، قواعد و موافقت‌نامه‌ها (مجموعه آموزشی): ۳۸۹۰-۴۱۰.
۱۲. دفتر همکاری حوزه و دانشگاه (۱۳۷۳). *مبانی اقتصاد اسلامی*، چاپ چهارم، انتشارات صدرا.

۱۳. بی‌نا (۱۳۸۰). دامپینگ، تبعیض در قیمت‌ها در بازرگانی خارجی است، بررسی‌های بازرگانی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ش ۱۷۱.
۱۴. دومینیک سالواتوره (۱۳۷۶). تجارت بین‌الملل، ترجمه حمید رضا ارباب، نی.
۱۵. ره‌پیک، سیامک (۱۳۸۲). منع سوءاستفاده از حق در نظریه‌های حقوقی و مفاهیم قرآنی، مجله مطالعات اسلامی، شماره ۶۲: ۶۳ تا ۷۶.
۱۶. سنهوری، عبدالرزاق (۱۹۵۴). الوسیط فی شرح القانون المدنی، جلد اول، بیروت، دارالاحیاء التراث العربی.
۱۷. شهید اول، الدروس الشرعیة فی فقه الامامیة (۱۴۱۲). مؤسسه نشر اسلامی.
۱۸. شهید ثانی مسالک الافهام فی شرح شرائع الاسلام (۱۴۱۳). مؤسسه المعارف الاسلامیه.
۱۹. صادقی محسن، سهیلی تاش محمد بنی (۱۳۸۳). دامپینگ و تجارت جهانی (با نگاهی به نارسایی‌های حقوقی و چالش‌های اقتصادی ایران پس از الحاق به سازمان تجارت جهانی)، مجموعه مقالات همایش راهبرد توسعه اقتصادی.
۲۰. طباطبایی، سید محمد حسین (۱۳۶۳). تفسیر المیزان، مرکز انتشارات وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، شماره ۱۳.
۲۱. بی‌نا (۱۳۸۰). کارایی اقتصاد و رشد بهره‌وری عامل رویارویی با رقابت مخرب است، مجله بررسی‌های بازرگانی، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ش ۱۷۱.
۲۲. فتحی درینی (۱۴۰۸). نظریه التعسف فی استعمال الحق فی الفقه الاسلامی، بیروت، مؤسسه ارسابه، بیروت، ط ۴.
۲۳. فرهنگ، منوچهر (۱۳۷۱). فرهنگ بزرگ علوم اقتصادی انگلیسی به فارسی، چاپ اول، نشر البرز، ج ۱.
۲۴. قره‌باغبان، مرتضی (۱۳۷۲). فرهنگ و اقتصاد بازرگانی چاپ اول، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
۲۵. کاتوزیان، ناصر (۱۳۵۸). سوءاستفاده از حق یا تقصیر در اجرای حق، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، شماره ۲۱: ۱۰۳-۱۱۵.

۲۶. معاونت پژوهشی، پژوهش‌های اقتصادی و بازرگانی (۱۳۸۴)، روش‌های حقوقی مقابله با دامپینگ، تهران.
۲۷. محقق داماد، سید مصطفی (۱۳۸۵). قواعد فقه بخش مدنی مالکیت، مسئولیت، چاپ سیزدهم، تهران، نشر علوم اسلامی.
۲۸. مقررات ضد دامپینگ سال ۱۳۸۶
۲۹. محقق داماد، سید مصطفی (۱۳۹۳). تحصیل نامشروع مال در حقوق اسلامی، چاپ دوم، تهران، نشر علوم اسلامی.
۳۰. ملک افضل، محسن (۱۳۹۰). قاعده حفظ نظام و آثار آن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده الهیات شهید مطهری، دانشگاه مشهد.
۳۱. موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی.
۳۲. میرمعزی، سید حسین (۱۳۷۸). نظام اقتصادی اسلام، تهران، کانون اندیشه جوان.
۳۳. نجفی، محمد حسن (۱۳۶۵). جواهرالکلام، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۳۴. نراقی کاشانی، احمد بن محمد مهدی بن ابوذر (۱۳۷۹). مستندالشیعه، مشهد، مؤسسه آل‌البتین لایحه التراث.
۳۵. موسویان، عباس (۱۳۷۹). کلیات نظام اقتصادی، قم، دارالثقلین.
۳۶. نیشابوری، مسلم بن حجاج (۱۴۰۷ق). صحیح مسلم، بیروت، دارالفکر، دوم.
۳۷. هادوی تهرانی، مهدی (۱۳۸۳). مکتب و نظام اقتصادی اسلام، چاپ دوم، تهران، مؤسسه فرهنگی خانه خرد.
۳۸. یوسفی، احمد علی (۱۳۸۵). رفتار پیامبران و امامان در برابر نوسان قیمت، مجله اقتصاد اسلامی، سال ششم، شماره ۲۴: ۳۹-۶۹.
39. Alston Philip, Lowe Vaughan (2000). *The WTO Anti-Dumping Agreement*, Commentaries International law-Oxford University Press.
40. B Ionigen Bruce and Prusa Thomas, *Anti-Dumping*, in E.K.choi and J.Harrigen, Handbook of International.