

بررسی سیاست دمپینگ و تأثیرات آن بالای تولیدات داخلی

نویسنده: شبانه مرسل صدیقیان

چکیده

ضرورت مطالعه و شناخت علوم معارف انسانی و اجتماعی بر کسی پوشیده نیست. تحولات و تکامل مداوم این علوم، درک ارزیابی و کاربردهای آنها را در دنیای پرشتاب امروزی پیچیده تر ساخته است. علم اقتصاد هم یکی از این علوم است که امروزه آشنایی با اصطلاحات اقتصادی و تعاریف خاص موجود در حیطه اقتصاد و تجارت بین المللی نقشی به سزای دارد. یکی از واژه گان خاص اقتصادی که در تجارت بین الملل جایگاه ویژه‌ای دارد دمپینگ است. دمپینگ عبارت از فروش کالا در بازار کشورهای خارجی با قیمتی کمتر از هزینه نهایی آن کالا در کشور عرضه کننده می باشد. پیچیده گی روابط اقتصادی در سطح بین الملل به حدی رسیده که نمیتوان این روابط را با قوانین ساده و ابتدایی تفسیر کرد. امروزه هرگونه بررسی علمی یک موضوع در روابط بین الملل

مستلزم توجه به تمامی جوانب آن مسأله است؛ از طرفی میدانیم که این روابط کشورها توسط سیاستهای مختلف متأثر میگردد که آشنایی با این سیاستها برای تجارت بهتر و موفق تر امر ضروری میباشد.

کلمات کلیدی: دمپینگ، مزیت نسبی، رقابت ناقص، گات و سازمان تجارت جهانی.

مقدمه

امروزه آشنایی با روشهای شناسایی و حفظ بازار محصولات یکی از مهمترین راهکارهای شرکتها و کشورهای صنعتی و شرط بقای آنهاست. در این زمینه نحوه ایجاد بازار، فروش و کسب برتری در برابر رقبای تجاری به منظور دستیابی به بازار مطمئن میتواند به عنوان استراتژی و راهکارهای خارج از سیستم تولید و بازاریابی معمول باشد. آشنایی دست اندرکاران تجارت خارجی با واژه ها و تعاریف باعث میشود تا بتوانند به موقع از حقوق خود آگاه شوند و در مجامع بین المللی از آن دفاع کنند؛ از سوی دیگر دولتها میتوانند با تمسک به دادگاه های بین المللی از حقوق اقتصادی برخوردار شوند و از بروز خسارت جبران ناپذیر به اقتصاد ملی شان جلوگیری کنند و به طور منطقی از اقتصاد داخلی حمایت کنند، که یکی از این مفاهیم سیاست دمپینگ است.

مفهوم دمپینگ

یکی از واژه گان خاص اقتصادی که در تجارت بین المللی جایگاه ویژه و قانونی دارد، دمپینگ یا ارزان فروشی در فارسی دری به «رقابت مکارانه» یا تبعیض در قیمت ها در بازرگانی با خارج، معنا شده است. برخی از کارشناسان معادل فارسی دری این واژه را «رقابت مخرب» نیز گفته اند. (۲)

«دمپینگ» فروش کالا در بازار خارجی با قیمت کمتر از هزینه نهایی تولید آن کالا در کشور عرضه کننده، به منظور کسب مزیت در رقابت با دیگر عرضه کننده گان همان کالا است و در مبادلات بین المللی، به فروش کالا با قیمت پایین تر از قیمت بازار داخلی نیز «دمپینگ» گویند. <http://economic.about.com/dumping.htm>

مهم ترین عوامل به کارگیری دمپینگ

- 1- بیرون کردن رقبای خارجی و به دست آوردن انحصار بازار حتی با تحمل زیانهای کوتاه مدت؛
- 2- کاهش مازاد موقتی ذخایر کالا به منظور جلوگیری از پایین آمدن قیمت‌های داخلی در نتیجه درآمد تولیدکننده گان؛
- 3- به دست آوردن سهمی از بازار کالای مربوطه؛
- 4- کاهش ضررهای مربوط به کالایی که فاقد قابلیت رقابت و فروش اند (۴).

انواع دمپینگ

۱- دمپینگ مستمر یا دایمی

دمپینگ مستمر یا دایمی ناشی از تمایل یک انحصارگر داخلی برای حد اکثر نمودن سود خود با فروش کالا به قیمت بالا در بازار داخلی که فاقد محدودیتهای تجاری یا هزینه‌های حمل و نقل است نسبت به قیمت خارجی که تحت تأثیر رقبای قدرتمند خارجی است. در این مورد میتوان بازار تیزرفتار را در ایران مثال آورد که قیمت موترهای تیزرفتار ایرانی در بازارهای خارجی به مراتب پایین تر از قیمت همان موترها در ایران میباشد یا شرکت سامسونگ گوشیهای موبایل خود را ۲۵٪ ارزانتر در ایران نسبت به کشور خود میفروشد. (۳)

۲- دمپینگ مخرب یا غارتگر

دمپینگ مخرب یا غارتگر عبارت است از فروش موقتی کالا در خارج به قیمت کمتر از قیمت داخل یا حتی با ضرر و فروش آن به قیمت کمتر از هزینه‌های تولید برای بیرون راندن رقبای دیگر و یا از بین بردن صنعت داخلی یک کشور؛ سپس بعد از بی رقیب شدن در بازار کالای مذکور قیمتها جهت کسب سود حاصل از قدرت انحصاری بالا میرود؛ به طور مثال میتوان از اقدام شرکتهای چینی در بازار پوشاک و سایر کالاها نام برد. (۷)

۳-دمپینگ تصادفی

دمپینگ تصادفی فروش اتفاقی یک کالا در بازار خارجی به قیمت کمتر از بازار داخلی برای تخلیه مازاد پیش‌بینی نشده کالاها به علت این که این مازاد باعث کاهش قیمت در بازار داخلی نگردد. در واقع وقتی اضافه تولید فروخته شد دمپینگ متوقف میگردد. <http://www.ask.com/ans/dumping>

آثار اقتصادی دمپینگ

آثار اقتصادی دمپینگ برای کشور وارد کننده: دمپینگ کوتاه‌مدت، برای کشور وارد کننده زیان‌آور است؛ زیرا موجب میشود که تقاضای مصرف کننده به کالای ارزان مورد دمپینگ جلب شود؛ پس از اینکه بنگاه‌های رقیب از پای درآمدند، بنگاه‌های خارجی دمپینگ کننده، قیمت کالا را بالا می‌برند؛ اما دمپینگ بلندمدت برای کشور وارد کننده در تمامی موارد زیان‌آور نیست. (۲)

آثار اقتصادی دمپینگ برای کشور صادر کننده: برای کشور صادر کننده، دمپینگ زمانی مفید خواهد بود که در زمینه محصولات صنایع هزینه صورت گیرد تا با توسعه تولید، هزینه نهایی تولید کاهش یابد و سرانجام این امکان فراهم شود که قیمت کالا در داخل کشور نیز تنزل کند و بالا رفتن سطح زنده گی و رفاه مردم تحقق یابد (۱).

آثار اقتصادی دمپینگ برای اقتصاد بین‌المللی: عمل دمپینگ از جهت مبادلات بین‌المللی زیان‌آور است؛ زیرا، موجب میشود:

الف- منابع تولید از رشته‌های مطلوب منحرف شود و تخصیص مؤثر منابع صورت نگیرد.

ب- به تدریج سیاست گمرکی و انحصار، جانشین تجارت آزاد شود (۵).

آیا میتوان با دمپینگ مبارزه کرد ؟

دمپینگ نوعی تبعیض قیمت است که باید با آن مبارزه کرد. برای مبارزه با دمپینگ باید مالیات جبرانی وضع شود. براساس ماده ۶ موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) و با تعدیل در سازمان تجارت جهانی اگر کشوری بتواند ثابت کند که کالایی در کشورش دمپینگ شده است میتواند عوارض و سود بازرگانی آن کالا را افزایش دهد و با وضع عوارض جبرانی حقوق و عوارض استثنایی برای آن کالا تعیین کند. این امر زمانی اتفاق می افتد که ثابت شود قیمت اعلام شده در گمرک از قیمت واقعی کمتر است در ماده ۷ قانون گمرکی ایران نیز این امر پیش بینی شده است که اگر محصولی دمپینگ شده باشد حقوق و عوارض ویژه یی برای آن وضع میشود (۸).

نتیجه

دمپینگ و اقدامات ضد دمپینگ سابقه طولانی در تجارت بین الملل دارد که در عالم رقابت ناقص و در صورت عدم مزیت نسبی کشور مورد هدف در بازارهای بین المللی توسط دولتها یا شرکتهای اعمال میشود که در بازار رقابت ناقص شرکتهای دولتها معمولاً برای کالای صادراتی قیمتی را وضع میکنند که آن قیمت برای کالاهای مشابه عرضه شده داخلی متفاوت است. این سیاست یکی از سیاستهای مخربی است که کشورهای ثروتمند در بازار جهانی اعمال میکنند.

دمپینگ به سه شکل مستمر، کوتاه مدت و فصلی صورت میگیرد که هر نوع آن باعث رقبا، تولیدات داخلی و بیرون کردن کالای مشابه رقیب از بازار تأثیر به سزایی دارد که وسیله سیاست اختلافی قیمت بوده و هدف آن تقویه صادرات و اشغال بازارهای بیگانه میباشد. مبارزه با دمپینگ از اثر موافقتنامه گات و سازمان تجارت جهانی جایز است و رفتار کشورهای دمپینکننده عمل منفی تلقی میگردد مورد مجازاتهای خاص خود قرار میدهند تا بتوانند از صنایع و تولید کننده گان داخلی حمایت به عمل آورند؛ پس چنین استنتاج میشود که دمپینگ یک وسیله تبعیض در قیمتها میباشد که

برای کشورهای واردکننده زیان آور است؛ زیرا، موجب میشود تقاضای مصرف کنند به کالای ارزان جلب شود؛ پس ازین که تصدیهای رقیب از پای درآمدند بنگاه های خارجی دمپینگ کننده قیمت کالا را بالا میبرند.

مآخذ

- ۱- برکشلی، فریدون. (۱۳۷۴). **نظم نوین اقتصاد جهانی و کشورهای جنوب**. تهران: چاپ اول، نشر قوس.
- ۲- پورمقیم، سید جواد. (ب ت). **تجارت بین الملل** (نظریه ها و سیاستهای بازرگانی). تهران: ویراست دوم، چاپ ششم، خیابان فاطمی نشر نی.
- ۳- دومپینگ، سالواتوره. (۱۳۸۵). **نظریه و سیاستهای اقتصادی بین الملل**. ترجمه ارباب، حمید رضا. تهران: چاپ ششم، نشر نی.
- ۴- رحیمی بروجردی، علیرضا. (۱۳۹۰). **اقتصاد بین الملل**. تهران: چاپخانه نگین، انتشارات سمت.
- ۵- سند نهایی دور اروگوئه گات. (۱۳۷۳). مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی. تهران: چاپ اول، نشر نی.
- ۶- کلباسی، حسن. (۱۳۸۰). **تیوری و سیاستهای تجارت بین الملل**. اصفهان: جهاد دانشگاهی، انتشارات جهاد.
- ۷- محتشم دولشاهی، طهماسب. (۱۳۷۱). **اقتصاد بین الملل**. تهران: چاپخانه نگارستان، انتشارات خجسته.
- ۸- مانی، محمد علی. (۱۳۷۸). **مالیه بین الملل**. تهران: چاپ چهارم، نشر نی.