

سلامی از خدا



دانشگاه شهید چمران اهواز

۹۳۱۶۹۳۲

دانشگاه شهید چمران اهواز

دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی

گروه حقوق

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد

عنوان:

بررسی ابعاد حقوق رقابت نامشروع از طریق دامپینگ

استاد راهنما:

دکتر پژمان محمدی

اساتید مشاور:

دکتر خلیل احمدی

دکتر ایرج حسینی صدرآبادی

نگارنده:

فاطمه کاظمی

بهمن ماه ۱۳۹۳

تقدیم به

مقدس ترین واژه ها:

- معلم و استاد علم، اخلاق و مهربانی، جناب آقای دکتر پریشان محمدی

تلاش خواهیم کرد خط مشی علمی و اخلاقی ممتاز ایشان را سر لوحه زندگی خویش قرار دهیم.

- خلوص و پاکی پدرم، کسی که امید داد تا ما امروز و نهراسم، همیشه به وجود پر صلابت می بالیم...

پدر و اسم همیشه بهترین یار دنیا است      نگاه مهربانش به وسعت دیدی است

عشق ناب و جنس دلش از طلاست      توشبای تار دل مثل سازه پیداست

شونه های بلندش و اسم همیشه یک تکیه گاست      خالی نشه این شونه که اون روز مرگ صبر است...

- قلب پر عطف و مهربان مادرم که در خشان ترین سازه های زندگی ام اوست...

جان صبر فدای مهر چون آینه ات مادر... عشق یعنی واژه های پر ترانه ام که مست می شوند به عطر تن مادرم...

- تقدیم به خواهران بی نظیرم و یگانه برادرم که همواره شادترین و بهترین خاطرات و روزهای زندگی ام در کنار آن ها بوده و خواهد

بود و با تمام جانم دوستان دارم و وجودشان برایم همه مهربان است.

## بانشکر و سپاس فراوان از:

- استاد کرامت‌رشد جناب آقای دکتر پرتشان محمدی که ضمن بهره‌گیری از محضر علمی و اخلاقی ایشان در طول دوران تحصیل و راه‌نمایی ایشان در به‌شمر رسیدن این رساله، از ابتکار و دقت نظر ایشان در س‌ها آموختم.

- استاد ارجمند و کرامی، جناب آقای دکتر خلیل احمدی که از مشاوره و راهنمایی‌های ارزنده ایشان در انجام این رساله استفاده نمودم.

- استاد ادیب و ارجمند، جناب آقای دکتر ایرج حسینی صدرآبادی که در این پایان‌نامه، با مشاوره و مساعدت‌های علمی، صمیمانه‌یاری نمودند.

- دکتر عبدالمحسین شیروی عزیز که به‌بنده افتخار دادند و در انجام این رساله، با مساعدت علمی خویش یاری نمودند.

- دکتر توماس پروسا، «Thomas Prusa» که با مشاوره علمی و در اختیار گذاشتن منابع تحقیقی خود به اینجانب، مرا در انجام این رساله یاری نمودند.

- دکتر ملائکه پور و دکتر طاهری نسب به پاس قبولی زحمت‌دواری این پایان‌نامه.

- تمامی دوستانم در تمام مراحل زندگی ام که نام یک‌یکشان را در دفتر خاطرات دلم ثبت کرده‌ام.

- بزرگان و یاران گروه. بیستون که خاطرات شیرین در کنار آن‌ها بودن را هرگز از یاد نخواهم برد.

نام خانوادگی: کاظمی		نام: فاطمه	شماره دانشجویی: ۹۰۱۶۹۱۴۷
عنوان پایان نامه: بررسی ابعاد حقوق رقابت نامشروع از طریق دامپینگ			
استاد/ اساتید راهنما: دکتر پژمان محمدی			
استاد/ اساتید مشاور: دکتر خلیل احمدی - دکتر ایرج حسینی صدر آبادی			
درجه تحصیلی: کارشناسی ارشد		رشته: حقوق	گرایش: خصوصی
دانشگاه: شهید چمران اهواز		دانشکده: اقتصاد و علوم اجتماعی	گروه: حقوق
تاریخ فارغ التحصیلی: ۱۳۹۳/۱۱/۰۸		تعداد صفحه: ۱۴۹	
کلید واژه ها: رقابت نامشروع، دامپینگ، تجارت آزاد، کالای تجاری، کالای داخلی، سازمان تجارت جهانی			
<p>رقابت نامشروع در تجارت یک روش غیر منصفانه و ناعادلانه است که باعث اختلال در بازار و رقابت سالم و در نتیجه، آسیب به منافع شرکای تجاری می شود. یکی از مصادیق رقابت نامشروع، دامپینگ است که در قرن بیستم وارد ادبیات اقتصادی جهان شد. دامپینگ به معنای فروش کالا در بازار خارجی و با قیمتی کمتر از هزینه نهایی تولید آن کالا در کشور عرضه کننده به منظور کسب مزیت در رقابت با سایر عرضه کنندگان همان کالا است؛ در واقع دامپینگ، ارزان فروختن یک کالا در کشور دیگری به زیر ارزش معمولی و منصفانه آن کالا است. دامپینگ یک رویه غیر منصفانه محسوب می شود که هدف از آن، بیرون راندن رقبای تجاری از بازار و آسیب جدی به تولیدات داخلی کشور های وارد کننده است و آثار سوئی بر تجارت کشور های وارد کننده کالا می گذارد.</p> <p>برای مقابله با دامپینگ در حقوق داخلی کشور ها و به ویژه سازمان تجارت جهانی تدابیری اندیشیده شده است. موافقت نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی، مهم ترین قانون برای مقابله با دامپینگ در سطح بین الملل محسوب می شود که به شناسایی و روش های مقابله با دامپینگ پرداخته است. در حقوق ایران، سابقه تدوین مقررات ضد دامپینگ به قانون گمرک ۱۳۵۰ برمی گردد که این قانون با تصویب قانون جدید گمرک ۱۳۹۰، منسوخ اعلام شد. مهم ترین قوانین داخلی برای مقابله با دامپینگ، مقررات ضد دامپینگ می باشد که در سال ۱۳۸۶، به تصویب هیئت وزیران رسید. قانون دیگر، قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی است که رویه های ضد رقابتی را نفی کرده و برای مقابله با آن ها، تدابیری اندیشیده است؛ از آنجا که، دامپینگ یکی از مصادیق رویه های ضد رقابتی محسوب می شود؛ می توان گفت مرجع رسیدگی کننده به رویه های ضد رقابتی که در این قانون ذکر شده است؛ برای رسیدگی به دامپینگ و دعاوی آن نیز صالح است. در اینجا به ابهام موجود در نظام حقوق داخلی در مورد رسیدگی به دعاوی دامپینگ پی می بریم که در دو قانون داخلی، دو مرجع صالح به رسیدگی شناخته شده اند. در مقررات ضد دامپینگ ۱۳۸۶، کارگروه تعیین شده بر طبق این قانون، مسئول رسیدگی هستند و بر اساس قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، شورای رقابت، صالح به رسیدگی می باشد که در اینجا، نقص و ابهام قانون در زمینه رسیدگی به دعاوی دامپینگ مبرز می باشد که باید توسط قانون گذار این ابهام برطرف شود.</p>			

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	مقدمه.....
۳	ضرورت و اهمیت تحقیق.....
۴	اهداف تحقیق.....
۵	چارچوب نظری و پیشینه تحقیق.....
۵	پژوهش‌های داخلی.....
۷	پرسشها یا فرضیه‌های تحقیق.....
۷	تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق.....
۸	روش تحقیق.....

### فصل اول: کلیات پژوهش

۱۰	مبحث دوم: مفهوم و انواع رقابت.....
۱۰	گفتار اول: مفهوم رقابت.....
۱۱	گفتار دوم: انواع رقابت.....
۱۱	بند اول- رقابت سالم.....
۱۳	بند دوم- رقابت ناسالم.....
۱۴	بند سوم: رقابت غیرمنصفانه و نامشروع.....
۱۵	مبحث دوم: مفهوم و انواع دامپینگ و ارکان تعریف آن.....
۱۶	گفتار اول : تبیین مفهوم دامپینگ.....

۲۰	..... گفتار دوم :انواع دامپینگ
۲۱	..... بند اول: تقسیم بندی دامپینگ از نظر مدت
۲۱	..... ۱- دامپینگ کوتاه مدت(موقت)
۲۱	..... ۲- دامپینگ بلندمدت
۲۲	..... بند دوم- دامپینگ ناشی از حمایت دولت و بدون حمایت دولت
۲۲	..... ۱- دامپینگ ناشی از حمایت دولت
۲۲	..... ۲- دامپینگ ناشی از عدم حمایت دولت
۲۳	..... بند سوم: دامپینگ از لحاظ تعیین ارزش عادی
۲۳	..... بند چهارم: تقسیم دامپینگ از لحاظ آثار مخرب و غیرمخرب
۲۳	..... ۱-۴. دامپینگ مخرب ( غارتگر)
۲۴	..... ۲-۴. دامپینگ غیرمخرب
۲۵	..... بند ششم - دامپینگ تصادفی
۲۶	..... گفتار سوم: ارکان تعریف دامپینگ
۲۶	..... بند اول: ارزش عادی
۲۷	..... بند دوم: قیمت صادراتی
۲۹	..... بند سوم: مقایسه قیمت صادرات با ارزش عادی
۳۰	..... بند چهارم- محصول مشابه
۳۱	..... بند پنجم: حاشیه دامپینگ

## فصل دوم: مبانی و آثار رقابت تجاری و دامپینگ

۳۳	مبحث اول: مبانی و آثار رقابت تجاری
۳۳	گفتار اول: پیشینه ی حقوق رقابت
۳۴	بند اول: ایالات متحده آمریکا
۳۶	بند دوم: اتحادیه اروپا
۳۷	بند سوم: ایران
۳۸	گفتار دوم: پیشینه دامپینگ در حقوق رقابت
۳۸	بند اول: ایالات متحده آمریکا
۳۸	۱-قانون شرمین
۴۰	۲-قانون کلایتون
۴۱	۳-قانون کمیسیون تجارت فدرال ۱۹۱۴
۴۴	گفتار سوم: پیشینه دامپینگ در حقوق رقابت ایران
۴۶	گفتار سوم: اهداف حقوق رقابت تجاری
۴۷	بند اول: اهداف اقتصادی
۴۸	۱- کارایی اقتصادی
۴۸	۲- افزایش رفا
۵۰	۳-جلوگیری از سوء استفاده از قدرت در بازار
۵۰	۴- حمایت از آزادی و رقابت و جلوگیری از محدود کردن آن
۵۱	بند دوم: اهداف غیر اقتصادی



- الف: توزیع منصفانه قدرت اقتصادی و حمایت از بنگاه‌های کوچک ..... ۵۱
- ب: حمایت از استقلال فردی و برخورداری همه از فرصت‌های اقتصادی برابر ..... ۵۱
- ج: حمایت از کارگران و اشتغال زایی ..... ۵۱
- گفتار چهارم: آثار رقابت تجاری ..... ۵۲
- مبحث دوم: مبانی و آثار دامپینگ ..... ۵۳
- گفتار اول: پیشینه ی دامپینگ ..... ۵۳
- بند اول: پیشینه ی دامپینگ در سطح بین المللی ..... ۵۴
- بند دوم: پیشینه دامپینگ در نظام حقوقی داخلی ..... ۵۸
- ۱- قانون گمرک ۱۳۵۰ ..... ۵۸
- ۲- قانون برنامه ی دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران ..... ۵۹
- ۴- برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی ..... ۶۱
- ۵- موافقت نامه تجاری اکو ..... ۶۲
- ۶- قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به موافقت نامه راجع به نظام ترجیحات تجاری بین کشورهای در حال توسعه ( مصوب ۱۳۷۰/۳/۱۳) ..... ۶۳
- ۷- مقررات ضد دامپینگ مصوب ۱۳۸۶ ..... ۶۳
- گفتار دوم: هدف و انگیزه وقوع دامپینگ ..... ۶۴
- گفتار سوم: آثار دامپینگ ..... ۶۵
- بند اول: تاثیر اقتصادی دامپینگ برای کشور واردکننده ..... ۶۶
- بند دوم: تاثیر اقتصادی دامپینگ برای کشور صادرکننده ..... ۶۶

بند سوم: تأثیر دامپینگ بر کشورهای توسعه یافته	۶۷
بند چهارم- تأثیر دامپینگ بر کشورهای در حال توسعه	۶۹
بند پنجم- تأثیر دامپینگ بر کشورهای غیرصنعتی	۷۰
بند ششم- انحصار	۷۰
مبحث اول: رسیدگی به دعوی دامپینگ و اعمال روش‌های مقابله با آن در حقوق بین الملل (سازمان تجارت جهانی)	۷۳

### فصل سوم: رسیدگی به دعوی دامپینگ و اعمال روش‌های مقابله با آن

گفتار اول : سازمان تجارت جهانی	۷۳
بند اول: سازمان تجارت جهانی	۷۳
بند دوم: اهداف سازمان تجارت جهانی	۷۸
بند سوم : وظایف و کارکردهای سازمان تجارت جهانی	۷۹
بند چهارم : اصول سازمان تجارت جهانی	۸۰
۱- اصل عدم تبعیض	۸۰
۱-۱ : قاعده رفتار دولت کامله الوداد	۸۱
۲-۱ : قاعده رفتار ملی	۸۱
۲- اصل ثبات و قابلیت پیش بینی تغییرات اجتماعی	۸۱
۳- اصل شفاف سازی	۸۲
۴- اصل آزادی تجاری	۸۳
۵- اصل رقابت منصفانه	۸۳

- ۸۴ ..... ۱-۵- منع رویه‌های تجاری غیر منصفانه
- ۸۵ ..... ۲-۵- تجویز روش‌های منصفانه ی حمایتی
- ۸۵ ..... گفتار دوم: رسیدگی به دعوای دامپینگ
- ۸۵ ..... بند اول: حل اختلاف wto در دعوای ضد دامپینگ
- ۸۸ ..... بند دوم : ذی نفع در دعوای ضد دامپینگ
- ۸۹ ..... بند سوم: مرجع صالح به رسیدگی
- ۹۰ ..... بند چهارم: تقدیم درخواست
- ۹۱ ..... بند پنجم: قابلیت تجدید نظر دعوای دامپینگ
- ۹۴ ..... گفتار سوم: راه‌های مقابله با دامپینگ در موافقت نامه سازمان تجارت جهانی
- ۹۴ ..... بند اول: اثبات وقوع دامپینگ
- ۹۴ ..... ۱- وقوع دامپینگ
- ۹۵ ..... ۲- اثبات ورود لطمه
- ۹۶ ..... ۱- ۲- لطمه
- ۹۷ ..... ۲-۲ صنعت داخلی
- ۹۸ ..... ۳- رابطه ی علیت بین دامپینگ و ورود لطمه اقتصادی
- ۱۰۰ ..... بند دوم: نحوه رسیدگی تحقیقات ضد دامپینگ و مراحل آن
- ۱۰۴ ..... بند سوم: نوع و نحوه ی اقدامات ضد دامپینگ
- ۱۰۶ ..... ۲- اقدامات اختیاری
- ۱۰۹ ..... بند چهارم: روش ارزیابی عوارض آنتی دامپینگ

- ۱- ارزیابی آتی ..... ۱۰۹
- ۲- روش عطف به ماسبق ..... ۱۰۹
- بند پنجم: سایر شیوه‌های مقابله با دامپینگ ..... ۱۱۱
- ۱- اقدام علیه دامپینگ از جانب کشور ثالث ..... ۱۱۱
- ۲- مقابله با طفره فریبکارانه ..... ۱۱۲
- گفتار اول: رسیدگی به دعوی دامپینگ در حقوق داخلی ..... ۱۱۴
- بند اول: ذی نفع در دعوی دامپینگ ..... ۱۱۴
- بند دوم: مرجع رسیدگی و وظایف آن ..... ۱۱۴
- ۱- کارگروه معین در مقررات ضد دامپینگ ۱۳۸۶ ..... ۱۱۴
- ۲- شورای رقابت در قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ ..... ۱۱۶
- بند سوم: قابلیت تجدید نظر آرا ..... ۱۲۱
- ۱- تصمیمات کارگروه مقررات ضد دامپینگ ۱۳۸۶ ..... ۱۲۱
- ۲- تصمیمات شورای رقابت ..... ۱۲۱
- بند چهارم: درخواست تحقیق ..... ۱۲۲
- گفتار دوم: راه‌های مقابله با دامپینگ در حقوق داخلی ..... ۱۲۳
- بند اول: عناصر اثبات وقوع دامپینگ ..... ۱۲۳
- ۱- تشخیص دامپینگ ..... ۱۲۳
- ۲- تشخیص ورود لطمه به صنعت داخلی ..... ۱۲۵
- ۳- رابطه ی علی میان واردات محصول ورود لطمه به صنعت داخلی ..... ۱۲۶

- ۴- واردات مشمول حد قابل اغماض نباشد ..... ۱۲۷
- بند دوم: اقدامات موقتی ..... ۱۲۸
- بند سوم : اقدام‌های حفاظتی ..... ۱۳۰
- بند چهارم: کمیته ویژه اقدامات ضد دامپینگ ..... ۱۳۴
- بند پنجم: مسئولیت و حمایت دولت ..... ۱۳۵
- نتیجه گیری و پیشنهاد ..... ۱۳۸
- منابع و مآخذ ..... ۱۴۲
- الف- منابع فارسی ..... ۱۴۳
- ۱) کتاب‌ها ..... ۱۴۳
- ۲) مقاله‌ها ..... ۱۴۴
- ۳) پایان نامه ..... ۱۴۷
- ب- منابع لاتین ..... ۱۴۷
- ۱) کتاب‌ها ..... ۱۴۷
- ۲) مقالات ..... ۱۴۸
- ۲) سایت‌ها ..... ۱۴۸

تجارت آزاد، بازارهای وسیعی را بر روی بنگاه‌های اقتصادی هر کشوری می‌گشاید. تجارت آزاد، فن‌آوری و نوآوری را به اطراف جهان می‌برد. در راستای آزادسازی تجارت که در چند دهه‌ی اخیر صورت گرفته، شرایط رقابت برابر و منصفانه برای کشورها در امر تجارت به وجود آمده است و یک کشور فراتر از مرزهای خود می‌تواند با آزادی تجاری کالاها را وارد کشور خود کند؛ اما همیشه شرایط پایدار و منصفانه باقی نمی‌ماند و تولیدکنندگان یا صادرکنندگان بعضی کشورها از این رقابت منصفانه سوء استفاده کرده و رویه‌های ضد رقابتی در پیش می‌گیرند. اصل رقابت آزاد در بازار از اصول مهم در نظام‌های اقتصادی دنیا به شمار می‌آید. هدف کلی از اجرای این اصل ایجاد شرایط منصفانه و متعادل برای حضور همه فعالان تجاری در بازار و حذف موانع و رفتارهای انحصاری و تبعیض آمیز است. رقابت نامشروع در تجارت اقدامی بر مبنای روش‌های غیر منصفانه و ناعادلانه است که نتیجه آن اختلال در بازار و آسیب به منافع شرکای تجاری است. روش‌های تجاری ناعادلانه در سطح بین‌المللی مانند دامپینگ به عنوان تهدیدی علیه بازارهای آزاد محسوب می‌شوند. دامپینگ<sup>۱</sup> رویه غیر منصفانه وسیله‌ای برای ایجاد رقابت نامشروع است که موجب بیرون راندن رقبای تجاری از بازار و آسیب جدی به تولیدات داخلی کشورهای وارد کننده است. دامپینگ یک واژه خاص اقتصادی است که در مباحث تجارت بین‌الملل جایگاه ویژه‌ای دارد. دامپینگ واژه‌ای است که از سال‌های نخست قرن بیستم وارد ادبیات اقتصادی جهان شد و از ریشه دامپ<sup>۲</sup> به معنای زیر قیمت فروختن است. دامپینگ، فروش کالا در بازار خارجی و با قیمتی کمتر از هزینه نهایی تولید آن کالا در کشور عرضه کننده به منظور کسب مزیت در رقابت با

---

1 - Dumping

2 - Dump

دیگر عرضه کنندگان همان کالا است و به عبارتی به معنای فروختن یک کالا در کشور دیگر، زیر ارزش معمولی و منصفانه آن کالا است.

مهمترین عوامل به کارگیری دامپینگ عبارتند از:

۱- بیرون کردن رقبای تجاری و به دست آوردن انحصار بازار حتی با تحمل زیان‌های کوتاه مدت.

۲- کاهش مازاد موقتی ذخایر کالا به منظور جلوگیری از پایین آمدن قیمت‌های داخلی و در نتیجه درآمد تولید کنندگان.

۳- به دست آوردن سهمی از بازار کالای مربوطه.

۴- کاهش ضررهای مربوط به کالای فاقد قابلیت رقابت و فروش.

تولید کنندگان بیشتر به دلایل رقابت اقتصادی دست به دامپینگ می‌زنند و هدف از دامپینگ هم زیان رساندن به صنایع کشورهای وارد کننده است لذا آثار سوء اقتصادی دارد و تأثیرات مخربی بر اقتصاد کشور به ویژه بخش صادرات دارد؛ چون تولید کنندگان کالای مشابه در کشور وارد کننده توان رقابت خود را از دست می‌دهند و از بازار خارج می‌گردند و تولید کننده خارجی با استفاده از تبعیض قیمت‌ها در بازرگانی با خارج، قدرت انحصاری در بازار کشور وارد کننده را کسب کرده و پس از خروج دیگر رقبای بازار، نیت خود را عملی می‌کند و کالای خود را به قیمت مناسب یا بالاتر عرضه می‌کند.

قوانین داخلی کشورها، تلاش‌های چند جانبه گات ۱۹۴۷، و دوره‌های بعدی و در نهایت مقررات سازمان تجارت جهانی ۱۹۹۴ به مسئله دامپینگ پرداخته و آن را یک رویه غیر منصفانه دانسته و برای مقابله با آن تدابیری اندیشیده اند؛ موافقت نامه سازمان تجارت جهانی به منظور مقابله با دامپینگ اقداماتی مانند وضع و تحمیل عوارض قطعی ضد دامپینگ پیش بینی کرده است.

این موافقت نامه برای تمام اعضای سازمان تجارت جهانی الزامی محسوب می‌شود. طبق این موافقت نامه اعضای سازمان تجارت جهانی فقط در صورتی می‌توانند به اقدامات ضد دامپینگ دست بزنند که پس از انجام تحقیقات بر اساس موافقت نامه احراز کنند که ۱- دامپینگ صورت گرفته است ۲- لطمه مهم به یک صنعت داخلی وارد شده است، خطر ایراد لطمه مهم به یک صنعت داخلی وجود داشته یا تاخیر مهم در تاسیس چنین صنعتی به وجود آمده است. ۳- ارتباط علی بین دامپینگ و لطمه وجود دارد .

مقابله با دامپینگ در تجارت بین الملل، از وظایف دولت هاست و به دلیل اهمیت و حساسیتی که این موضوع دارد در اغلب کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی قوانینی برای مقابله با دامپینگ وضع شده است. در ایران نیز که یک کشور در حال توسعه و غیر عضو سازمان تجارت جهانی است به موضوع دامپینگ پرداخته شده و برای مهار آن مقرراتی به وجود آمده است. تاریخچه قوانین ضد دامپینگ در ایران کوتاه بوده است و به ماده ۷ قانون امور گمرکی ۱۳۵۰ بر می‌گردد. این ماده نخستین متن قانونی بود که از دامپینگ سخن به میان آورد. تبصره ۲۴ قانون برنامه دوم توسعه نیز به موضوع دامپینگ پرداخته است و سال ۱۳۸۶ تدابیر و اقدامات حفاظتی، جبرانی و ضد دامپینگ برای حمایت از تولیدکننده داخلی توسط هیئت وزیران تصویب و ابلاغ شده است.

### ضرورت و اهمیت تحقیق

اصولا رقابت مفید است و نتایج مثبت کاملا معلومی دارد؛ اما این رقابت شرایطی هم دارد که مهم ترین آن برابری است. از مواردی که شرایط نابرابر موجب زیان تولید کنندگان داخلی می‌شود وجود بازار نابرابر رقابتی برای تولید کنندگان داخلی است. وجود رقابت‌های نابرابر و



مخرب، بازار محصولات داخلی را با خطر مواجه ساخته و موجب زیان دهی می‌شود. با ایجاد فضای آزاد در تجارت جهانی امروز، زمینه برای رقابت نامشروع از طریق دامپینگ در عرصه ی تجارت جهانی نیز به وجود آمده است. با توجه به اینکه برای کشورهای در حال توسعه ای مانند ایران، عضویت در سازمان تجارت جهانی، امتیازات فراوانی را به دنبال خواهد داشت؛ اما برای الحاق به این سازمان مکلف به پذیرش نظام آزاد و اصول حاکم بر سازمان تجارت جهانی و در نتیجه کاهش نرخ تعرفه ها خواهد شد و کاهش عوارض محصولات خارجی، خطر مواجهه با دامپینگ را موجب می‌شود. لذا بررسی قوانین و مقررات وضع شده در زمینه دامپینگ و پی بردن به نقاط ضعف و قوت موجود در این زمینه با نگاهی مقایسه ای به قوانین داخلی و سازمان تجارت جهانی و همچنین شناخت محدودیت ها و خلا ها و نواقص در قوانین مربوط به دامپینگ به ویژه قوانین داخلی و بررسی دامپینگ در حقوق رقابت، تبعات و آثار مخربی که دامپینگ بر اقتصاد کشور ها وارد می‌کند، نیاز به بررسی بیشتر این موضوع و قوانین مرتبط به آن و شناخت راهکارهای مقابله با این جریان ضد رقابتی، ضرورت این پژوهش را نشان می‌دهد.

#### اهداف تحقیق

لازمه تحقق تجارت منصفانه و عدالت اقتصادی در عرصه ی تجارت بین الملل، رعایت مقررات و قوانین عادلانه تجاری از جمله قوانین وضع شده برای دامپینگ است تا از تحقق رقابت‌های نامشروع و غیر منصفانه در زمینه تجارت بین الملل ممانعت شود؛ لذا هدف از پرداختن به موضوع دامپینگ، بررسی ابعاد حقوقی و قوانین و مقررات موجود در این زمینه در ایران با نگاهی تطبیقی به مقررات سازمان تجارت جهانی و قوانین داخلی بعضی کشورهای عضو سازمان

می‌باشد؛ لذا هدف کلی از این رساله، بررسی ابعاد حقوقی رقابت نامشروع از طریق دامپینگ خواهد بود و اهداف جزئی تر آن عبارتند از:

- ۱- بررسی رقابت نامشروع و تجارت غیر منصفانه
- ۲- بررسی دامپینگ به عنوان یک عمل ضد رقابتی
- ۳- تحلیل قوانین موجود در زمینه دامپینگ با نگاهی تطبیقی
- ۴- یافتن خلأها و ضرورت‌های اصلاح یا تصویب قوانین

### چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

پایان نامه در سه فصل (مفاهیم، مبنا و آثار دامپینگ و رقابت تجاری، رسیدگی به دعوای دامپینگ و روش‌های مقابله با آن) و ذیل دو مبحث تدوین خواهد شد.

پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه دامپینگ را می‌توان به دو دسته داخلی و خارجی به

شرح ذیل بیان نمود:

### پژوهش‌های داخلی

۱- رساله ی "بررسی تجارت غیر منصفانه از طریق دامپینگ در سازمان تجارت جهانی و قانون ایران" توسط مهشید جعفری هرنندی به راهنمایی دکتر عبد الحسین شیروی به عنوان رساله ارشد، دانشگاه پردیس قم دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۹ به بیان اصول کلی موافقت نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی و همچنین قوانین موجود در زمینه دامپینگ در ایران پرداخته است.

۲- در پژوهشی با عنوان "رژیم حقوقی حاکم بر دامپینگ در نظام تجارت بین الملل" توسط پژمان فاتحی علی آبادی و به راهنمایی دکتر محمد مکرمی به عنوان رساله ارشد در دانشگاه قم در سال ۱۳۸۴، به بررسی دامپینگ و عناصر آن در سازمان تجارت جهانی پرداخته و به بررسی

اجمالی سیستم حل و فصل اختلاف سازمان تجارت جهانی و وضعیت ایران در خصوص دامپینگ پرداخته است.

موارد فوق بیشتر به بررسی دامپینگ در سازمان تجارت جهانی پرداخته اند و نگاهی به قوانین ایران در این زمینه داشته اند .

مقالات متعددی نیز در خصوص دامپینگ و قوانین مربوط به آن، به رشته تحریر در آمده اند که بیشتر به تعریف و تبیین دامپینگ پرداخته اند برای نمونه می توان به موارد ذیل اشاره کرد :

۱- دامپینگ تبعیض در قیمت ها در بازرگانی خارجی است، بررسی های موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، شماره ۷۱، آذرماه ۱۳۸۰

۲- بحران دامپینگ و اقدامات ضد آن، مجله نامه اتاق بازرگانی، فروردین ۱۳۸۲، شماره ۴۲۰.

۳- الزامات ضد قیمت شکنی (ضد دامپینگ) در سازمان تجارت جهانی و ضرورت تدوین مقررات داخلی مرتبط توسط غزاله دژم خوی و فرزاد مرادپور، مجموعه مقالات همایش راهبرد توسعه اقتصادی، چاپ اول، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی تیر ماه ۱۳۸۳.

### پژوهش های خارجی

۱- در مقاله ای تحت عنوان " قوانین آنتی دامپینگ یک مسئله در حال رشد در تجارت بین الملل " توسط توماس جی پروسا در سال ۲۰۰۵ به قانون آنتی دامپینگ WTO پرداخته و آن را مورد نقد و بررسی قرار داده است.

۲- در مقاله ای تحت عنوان قوانین آنتی دامپینگ به مصرف کنندگان آمریکایی ضرر می رساند " توسط دنیل جی آیکنسون در ۹ مارس ۲۰۰۱ به نقد قوانین آنتی دامپینگ ایالات متحده آمریکا پرداخته است.

## پرسشها یا فرضیه‌های تحقیق

این پژوهش به دنبال تبیین این مسایل است:

مفهوم و اوصاف و آثار و مبانی دامپینگ چیست؟

ضمانت اجرای داخلی و بین المللی دامپینگ کدام است؟

قوانین و مقررات وضع شده در زمینه دامپینگ کدام است و آیا این قوانین برای برخورد با این

موضوع کافی است؟

نقایص و کاستی‌های حقوق ایران در این زمینه چیست؟

## تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق

دامپینگ: دامپینگ فروش کالا در بازار خارجی و با قیمتی کم تر از هزینه نهایی تولید آن کالا

در کشور عرضه کننده به منظور کسب مزیت در رقابت با دیگر عرضه کنندگان همان کالا است و

به عبارتی به معنای ارزان فروختن یک کالا در کشور دیگری به زیر ارزش معمولی و منصفانه آن

کالا است.

رقابت نامشروع: هر رقابتی که بر خلاف معمول شرافتمندانه صنعت یا تجارت انجام گیرد،

رقابت نامشروع تلقی می‌شود.

تجارت آزاد: مدل تجاری است که در آن کالاها و خدمات بدون محدودیت‌های دولتی بین و

یا درون کشورها انتقال می‌یابد.

کالای تجاری: کالایی که به تشخیص گمرک ایران برای فروش، صادر یا وارد می‌گردد؛ اعم از

اینکه به همان شکل یا پس از انجام عملیات اعم از تولیدی، تفکیک و بسته بندی به فروش برسد.