



داستان ناگفته آنتی دامپینگ

در اتحادیه اروپا

نگه می‌دارند. این زمین بازی ناهموار طبیعتا واکنشی را در کمپانی‌های داخلی که رقابت با رقبای خارجی را عملاً غیرممکن می‌بینند، برمی‌انگیزد؛ مقررات آنتی دامپینگ روشی برای هم سطح کردن این زمین بازی است.

گواه محکم

البته برای اجرای این امر، رقبای داخلی باید دلایل قطعی و مفصل ارائه دهند که تجارت سست پیمان در حال جریان است که کار و تلاش بسیار می‌طلبد از جمله اعلام قیمت فروش آن محصول به خصوص در بازار داخلی کشور صادرکننده و مقایسه آنها با قیمت فروش شان در خارج. در اینجا اگر قیمت داخلی از قیمت صادراتی بالاتر باشد، حکایت از این دارد که مشکلی وجود دارد. در مورد پرونده کفش اروپا، انجمن کفش ایتالیا گزارش جامعی را به اتحادیه اروپا ارائه داد. او تاکید کرد که آینده تولید کفش در اروپا در خطر است و سنت‌ها و مهارت‌های چندصد ساله و هزاران شغل در این صنعت در حال از بین رفتن و محو شدن است. او ادامه داد که این خبر فوق‌العاده بدی برای مصرف‌کنندگان اروپایی است. او در سال ۲۰۰۹ اعلام کرد که مصرف‌کنندگان اروپایی به تدریج توانایی انتخاب خود را از دست می‌دهند. آنچه منظور او بود، این است اگر بیشتر کفش‌هایی که اروپایی‌ها می‌خرند از آسیا وارد شود، باز هم آنها مجبورند پول زیادی بابت قیمت‌های بالای خرده‌فروشی بپردازند، گرچه بیشتر این پول را بابت سودی که واردکنندگان خرده‌فروشان می‌برند، می‌پردازند، به جای اینکه این پول صرف مواد اولیه با کیفیت و مهارتی شود که بیشتر تولیدکنندگان اروپایی به کار می‌برند. اگر دیگر کمپانی در اروپا وجود نداشته باشد که کفش با کیفیت تولید کند، انتخاب مصرف‌کنندگان اروپایی در دستان مونوپولی‌های آسیایی می‌ماند و بس و مصرف‌کنندگان در ازای پولی که می‌پردازند، محصول کم‌ارزشی دریافت می‌کنند که کمتر به یک کفش باکیفیت نزدیک است.

بسیاری از صنایع تولیدکننده کفش در اتحادیه اروپا از مقررات آنتی دامپینگ که برای کفش‌های وارداتی از چین و ویتنام وضع شده بود، حمایت می‌کردند، در حالی که این مقررات توسط اتحادیه اروپا از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۱ وضع و اجرا شد. بر هیچ کس پوشیده نیست که اتحادیه اروپا این مقررات را با اکراه اجرا می‌کرد و همین باعث شد انجمن‌ها و سازمان‌های حمایت‌کننده تولیدکنندگان کفش خصوصاً در ایتالیا برای تضمین اجرای این مقررات حمایتی سخت تلاش کنند. به همین دلیل بسیاری از شنیدن این خبر که اتحادیه اروپا از سال ۲۰۱۶ دوباره این قوانین را برای صادرکنندگان کفش از آسیا اجرا خواهد کرد، شگفت‌زده شدند. این مقاله به تحلیل و بررسی دلایل پنهان این عملکرد اخیر اتحادیه اروپا می‌پردازد. مقررات آنتی دامپینگ که بر واردات کفش با رویه چرمی از چین و ویتنام اعمال می‌شد، موضوع بحث صنعت جهانی برای بیش از ۱۰ سال بود. اتحادیه اروپا (بازوی اجرایی اتحادیه اروپا) با درخواست و فشار انجمن‌های مهم تولیدکنندگان کفش در اسپانیا، پرتغال و خصوصاً در ایتالیا توافق کرد تا عوارض ۱۰ درصدی برای واردات کفش از ویتنام و عوارض ۱۶/۵ درصدی برای واردات کفش از چین را اعمال کند. این عوارض از آوریل ۲۰۰۶ لازم‌الاجرا شد و بعد از مدت دو سال در اکتبر همان سال قطعی شد.

دفاع در برابر تجارت سست پیمان

مقررات آنتی دامپینگ یک مکانیزم دفاع تجاری است که دول ملی و بلوک‌های تجاری در صورتی که بتوانند ثابت کنند صادرکنندگان به توافقنامه‌های تجاری یا مقررات سازمان تجارت جهانی پایبند نیستند، می‌توانند از آن استفاده کنند. چنین رفتاری غالباً اتهاماتی از قبیل «تجارت سست پیمان» را به همراه دارد، اولین نشانه آن این است که صادرکنندگان برای یک محصولی که به نظر خیلی ارزان می‌آید، هزینه اضافه‌ای را پرداخت خواهند کرد. تولیدکنندگان بعضی از مناطق جهان متهم هستند که برای اختصاص کامل سهم بازار به خود، قیمت‌ها را پایین

