

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت

فیصل عامری

عضو هیئت علمی دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی

تاریخ دریافت: ۹۰/۸/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۰/۱۲/۴

### چکیده

واردات موازی به تجارتي اطلاق می‌شود که در آن سوداگر کالایی را از بازار کشوری به قیمتی ارزان می‌خرد و سپس در بازار کشوری دیگر به قیمتی گرانتر می‌فروشد. این نوع تجارت در میان بسیاری از بازرگانان کشورهای در حال توسعه معمول است. این سیاست مورد استقبال کشورهای پیشرفته مثل ایالات متحده قرار نگرفته و در این خصوص برنامه‌هایی چون اصل زوال ملی و منع واردات موازی را اتخاذ و اجرا کرده‌اند. هدف آنها، حمایت از شرکتهای فراملی و حفظ برتری رقابتی خود در این صنعت در سطح بین‌المللی است. این نوع رقابت و یا تقابل منافع در میزگردها و کنفرانس‌های سازمان جهانی انعکاس یافته که تاکنون به دلیل وجود چنین تضادی موضع خاصی اتخاذ نشده و به کشورهای عضو در این خصوص آزادی عمل داده شده است. متأسفانه، قانون جدید ایران (قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری ۱۳۸۶) با پذیرش اصل زوال ملی عملاً راه را برای منع واردات موازی باز نموده و در نتیجه زمینه ایجاد انحصار در دارو را به وجود آورده است. این مقاله برخی از جنبه‌های اقتصادی واردات موازی را مورد بررسی قرار داده و به این نتیجه رسیده است: تجویز واردات موازی موجب وفور ورود کالاهای مشابه و همگون می‌گردد که این در نهایت قیمت این کالا را در بازار کاهش می‌دهد. اثر مثبت دیگر این سیاست یعنی تجویز تجارت موازی در این محصول، موجب می‌گردد که بنگاه‌های تولیدی محلی در مدت زمان معینی با تکنولوژی تولیدی آن آشنایی پیدا کنند و بتوانند با استفاده از توانمندی‌های ملی آن را تولید نمایند. به عبارتی دیگر، اثر دیگر واردات موازی توسعه صنعتی خواهد بود.

**واژگان کلیدی:** واردات موازی، اصل زوال ملی یا بین‌المللی، حقوق مالکیت فکری، تبعیض در قیمت، مزیت نسبی.

مقدمه

واردات موازی زمانی صورت می‌گیرد که محصولاتی که تحت حمایت مالکیت فکری اند (مثل حق اختراع، علامت تجاری و یا حق نسخه برداری) برای بار اول در بازار عرضه می‌شوند و بدنبال آن، یعنی بعد از معامله اولی، مجدداً و بدون رضایت دارنده مالکیت فکری در بازار دوم عرضه می‌شوند.

این نوع واردات یا تجارت سه حالت دارد: حالت اول زمانی است که شخص ثالث آن را از عمده فروش یا توزیع کننده محلی می‌خرد و سپس خود در بازار خارجی هم زمان با شبکه توزیع و فروش مجاز تولید کننده عرضه می‌کند. این وضعیت زمانی صورت می‌گیرد که قیمت کالای مورد بحث در بازار محلی یا کشور صادر کننده کمتر از قیمت محصول مزبور در کشور مقصد یا وارد کننده باشد. در این حالت تاجر موازی در رقابت با تولید کننده یا توزیع کنندگان وی در بازار خارجی یا بازار کشور مقصد قرار می‌گیرد. وجود این نوع رقابت وضعیت انحصاری تولید کننده یا توزیع کننده مجاز را ضعیف و در نتیجه موجب کاهش قیمت محصول در بازار وارد کننده می‌شود.

حالت دوم برعکس حالت اول است. در چنین حالتی، قیمت محصول (مثلاً، بدلیل کنترل دولت بر قیمت، مثل دارو و یا وجود نیروی کار ارزان در کشور مقصد و وارد کننده) در بازار وارداتی ارزان تر از قیمت آن در کشور مبدا، یعنی بازار محلی کشور صادر کننده است. در این فرض، تاجر موازی کالا را به قیمت ارزان از بازار کشور خارجی می‌خرد و آن را با قیمتی ارزانتر از قیمتی که مالک یا تولید کننده اصلی آنرا در بازار محلی عرضه کرده است، می‌فروشد.

حالت دیگری است که در آن، واردات موازی به صورت غیر مستقیم صورت می‌گیرد و آن زمانی است که بازار صادر کننده، بازار کشور مبدا (مثلاً، کشور الف) نباشد، بلکه بازار خارجی کشور دیگری (مثلاً، کشور ب) باشد که تاجر موازی<sup>۱</sup> کالا را از این بازار از توزیع کننده مجاز

---

<sup>۱</sup> منظور شخصی که در تجارت موازی مشغول است. معمولاً، کار اساسی این اشخاص یا تجار استفاده از تفاوت قیمت کالا در کشورهای مختلف است. کالا را به قیمت ارزان از یک کشور می‌خرند و به قیمت بالاتری در کشوری

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۷۱

مالک یا تولید کننده می‌خرد و سپس آن را در بازار کشورتالی (مثلاً، کشور ج) هم زمان و در رقابت با صادرات توزیع کننده اصلی عرضه می‌کند. این وضعیت زمانی صورت می‌گیرد که قیمت کالا در بازار کشور ب ارزان تر از قیمت آن در بازار کشور ج عرضه می‌شود<sup>۱</sup> (NERA, 1999, PP. 7-10).

از حیث قانونی مانعی برای عرضه یا واردات موازی کالا در بازار کشور وارد کننده وجود ندارد. زیرا، براساس اصل زوال (یا فروش اول) به محض این که محصول در بازار عرضه شد، مالکیت دارنده حق مالکیت فکری نسبت به محصول معامله شده زایل می‌شود. مع ذلک، کشورها براساس اوضاع و احوال اقتصادی و هدف هایی که در این زمینه دنبال می‌کنند نسبت به حدود و ثغور این زوال اتفاق نظر ندارند. برخی کشورها مثل ایالات متحده که از سطح توسعه صنعتی بالایی برخوردارند و اکثر تولیدکنندگان و دارندگان مالکیت فکری (مثل حق اختراع، علامت تجاری و حق نسخه برداری) (به خصوص در صنعت دارو سازی) از اتباع آن کشورند، تلاش دارند برای حمایت از آنها زوال را تا قلمرو ملی محدود کنند و برآن اساس به تولیدکنندگان خود این حق را بدهند که از واردات موازی کالاها جلوگیری کنند.

عین همین اسلوب را اتحادیه اروپا اتخاذ نموده است. معهدا، چون هدف اتحادیه تشکیل بازار مشترک و تقویت بینه اقتصادی صنعتی کشورهای عضو اتحادیه است، دامنه اصل زوال تا سطح منطقه ای، یعنی بازارمشترک اتحادیه توسعه داده است. با اتخاذ این رویه، اتحادیه هم اصل جریان آزاد کالا و خدمات را در اتحادیه تامین می‌نماید و هم به بنگاه های کشورهای عضو اتحادیه این حق را می‌دهد که از واردات موازی کالاها خارج از اتحادیه ممانعت بعمل آورند.

کشورهای در حال توسعه، به اقتضای نیازمندی های صنعتی و اقتصادی شان، تلاش دارند که با گسترش دامنه این زوال به سطح بین‌المللی از قدرت تولیدکنندگان و مالکین کشورهای توسعه

---

دیگر می‌فروشند. این اصطلاح را به لاتین arbitrage - که موسوم به تجارت موازی نیز است - می‌گویند و اشخاصی که در این حرفه شاغلند arbitrageurs می‌نامند.

<sup>1</sup>. The Economic Consequences of the Choice of a Regime of Exhaustion in the Area of Trademarks. Final Report of DGXV of the European Commission, London, Prepared by NERA S. J. Bernwin & Co. and IFF Research, 8 Feb., 1999.

یافته بکاهند و بر این مبنا ورود و صدور آزاد جریان کالاها را بداخل و خارج از بازارهای ملی خود تامین نمایند. اتخاذ این شیوه با مخالفت شرکت های فراملی تولیدی به خصوص شرکتهای داروسازی و کشورهای متبوعشان مواجه گردید که در نهایت موضوع در میزگرد دور اوروگوئه مطرح شد. به دلیل نیازها و ویژگیهای اقتصادی و صنعتی کشورها، شرکت کنندگان نتوانستند به مدل واحد و منسجمی برسند و بنابراین، به این نتیجه رسیدند که هر کدام از کشورها بر حسب نیاز و شرایط توسعه ای خویش یکی از سه اصل را اتخاذ کند. محصول این توافق ماده ۶ مقررات تریپس است که کشورها را ملزم به انتخاب یا اجرای اصل خاصی ملزم نمی کند.

علی رغم این، در کشور ما ایران این مسئله و ابعاد حقوقی - اقتصادی آن به درستی شناخته نشده است. بهترین مصداق در این ارتباط، قانون جدید ثبت اختراعات، علائم تجاری و طرحهای صنعتی (۱۳۸۶) ایران است که با اتخاذ اصل زوال ملی راه را برای منع واردات موازی و انحصاری کردن بازار محصولاتی چون دارو توسط شرکت های فراملی باز نموده است. هدف از این مقاله بررسی مقوله "واردات موازی" و پیامدهای اقتصادی ناشی از تجویز و یا ممنوع کردن آنست. در این راستا، مقاله به پنج بخش تقسیم می شود. در بخش اول ابعاد اقتصادی و اجتماعی واردات موازی با عنایت به نظریات اقتصاددانان و تحقیقاتی که در این زمینه صورت گرفته است بررسی می شوند. از آنجا که موضوع محوری منع یا تجویز واردات موازی، مسئله "تبعیض در قیمت" است، قسمتی از مقاله به آن اختصاص داده شده است. بنابراین، بخش دوم این موضوع را پوشش می دهد. در بخش سوم قوانین و مقررات برخی از کشورها در خصوص واردات موازی مورد مطالعه قرار می گیرند و در بخش چهارم اسلوب و رویکردی که در قوانین و مقررات سازمان جهانی تجارت اتخاذ شده بررسی می شود. بخش پایانی، اشاره به قانون ایران است که به دنبال آن نتیجه گیری مقاله در اختیار خوانندگان قرار می گیرد.

#### ۱- ابعاد اقتصادی و اجتماعی واردات موازی

بسیاری از اقتصاددانان از تجارت آزاد اصل زوال بین المللی با الهام از اصول و مقررات سازمان جهانی تجارت و توافق نامه گات ۱۹۹۴ دفاع می کنند. به نظر آنان، تابعیت از سیاست تجارت آزاد بهترین سازوکار برای بهبودی سطح زندگی در بعد جهانی است (F. M. Abbott, 2<sup>nd</sup>

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۲۳

سیاست تجارت آزاد بر اساس نظریه مزیت نسبی مبتنی است. طبق این نظریه، مبادله کالاها و خدمات در بازار باز و آزاد موجب می‌شود که کشورها در تولید کالا و ارائه خدماتی که بیشترین کارایی و مهارت را دارند متخصص شوند. این تخصیص و تقسیم کار تولید جهانی را ارتقاء می‌دهد و برای تمام شرکت کنندگان بازار جهانی سود می‌آفریند.

نظریه مزیت نسبی مبتنی بر قیمت است. هرملتی کالاها و خدماتی را تولید می‌کند که قیمت محلی اش منعکس کننده هزینه عوامل متفاوت تولید است. اگر قیمت کالایی در بازاری کمتر از قیمت همان کالا در بازار دیگری باشد، تجار، کالاها را از بازار ارزان (بازار کم قیمت) به بازار گرانتر (بازار بالا قیمت) منتقل می‌کنند. بنگاه‌های مستقر در مناطقی که از حیث تولید از کارایی کمی برخوردارند و درعین حال کالاها با قیمت کمی عرضه می‌شوند به مناطق بهره‌مند از کارایی بیشتر تغییر مکان می‌دهند. این موجب افزایش تولید در سطح ملی و بین‌المللی می‌گردد.

نظام تجاری سازمان جهانی تجارت و گات براین باور مبتنی است که زمانی تولید جهانی به بالاترین سطح خود می‌رسد که کلیه موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای کاهش یافته باشند، تا بنگاه‌های تجاری کم هزینه بتوانند کالاهای خود را در بازارهای مختلف جهانی بفروشند و بر کارایی تولید خود بیافزایند. (Idem) قوانین و مقرراتی که واردات موازی را محدود می‌کنند مصداقی از موانع غیر تعرفه (مثل سهمیه) شمرده می‌شوند. مبادرت به سهمیه را هم مقررات گات ۱۹۴۷ و هم مقررات گات ۱۹۹۴ منع کرده است. سهمیه مغایر نظریه مزیت نسبی است، زیرا مانع جریان آزاد کالا و خدمات، که برای تخصیص کارآمد منابع ضروری است، خواهد شد. در خصوص پیامدهای ناشی از تامین یا عدم تامین جریان آزاد کالا و خدمات و یا نیز واردات موازی بحث‌های فراوانی توسط اقتصاددانان صورت گرفته که در اینجا به ایجاز به برخی از ابعاد این پیامدها که توسط موافقان و مخالفان مطرح شده اشاره می‌کنیم.

### موافقان واردات موازی

این گروه ضمن هشدار به عواقب ناشی از تجزیه بازار بر اثرات مثبتی که واردات موازی نسبت به رفاه مصرف کننده و توسعه کشورهای رشد یابنده می‌گردد، تاکید می‌ورزند.

#### الف- تجزیه بازار

قوانین و مقرراتی که واردات موازی را محدود می‌کنند به تولید کنندگان اجازه می‌دهند که بازارهای بین‌المللی محصولات یا خدمات خود را به قطعات یا بخش‌های مختلفی تجزیه کنند.

تولید کننده‌ای که محصول خود را در بازار محلی کشوری عرضه کند، با استفاده از حق انحصاری مالکیت فکری خود (یا بزعم برخی از صاحب نظران حق مالکیت فکری موازی) می‌تواند از صدور آن محصول به بازار داخلی کشور دیگری جلوگیری کند. با تجزیه بازار به اجزاء کوچک تر مالک خواهد توانست قیمت های متفاوتی را برای این بازارها تعیین و تحمیل کند. درعین حال، نگران نخواهد بود که اشخاص دیگر محصولش را از بازار کشور دیگری که به قیمت کمتر عرضه شده، به بازار کشوری که محصول به قیمت گرانتر فروخته شود وارد کنند (F. M. Abbott, 2007, p.5).

#### ب- رفاه مصرف کننده

مصرف کننده از واردات موازی منتفع می‌شود. محصولات توسط خرده فروشان با کمترین قیمتی که تولیدکنندگان برایشان سودآور باشد در اختیار مصرف کنندگان قرار می‌گیرد. اگر خرده فروشی بتواند کالا را در کشور الف ارزانتر از کشور ب بدست بیاورد، در آن صورت آن را از توزیع کننده در کشور الف می‌خرد و وارد کشور ب می‌نماید. این به خرده فروش این امکان را می‌دهد که کالا را به قیمتی ارزانتر بفروشد و با خرده فروشان رقیب رقابت نماید. بنابراین، با باز گذاشتن درب بازارهای محلی به واردات موازی و عرضه محصولات ارزان در بازار ارزش افزوده مصرف کننده بیشتر می‌شود.

خرده فروشانی که در صدد تهیه اجناس با قیمت ارزان هستند خواستار آزادی واردات موازی هستند برای این که این آزادی برای آنها این امکان را فراهم می‌سازد که کالا را به قیمتی ارزان در بازار جهانی به خرند.

تئوری تجارت بین‌المللی استقرار تولید را در مناطق کم هزینه تشویق می‌کند، زیرا موجب تخصیص کارآمد منابع و در نهایت باعث حداکثر سازی رفاه مصرف کننده در سطح جهانی خواهد شد. زوال بین‌المللی حقوق انحصاری و واردات موازی آزاد با شالوده آزادی تجارت یا تجارت آزاد مطابقت دارند: یعنی، تشویق تولید کارآمد کالا و خدمات به سود مصرف کنندگان (Ibid, p. 6).

#### ج- توسعه

تولید کالا در کشورهای در حال توسعه به قیمتی کمتر از تولید آن در کشورهای توسعه یافته صورت می‌گیرد. دلایل متفاوتی در این خصوص وجود دارد: از جمله آنها می‌توان از دستمزد یا

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۷۵

حقوق کم و هزینه های کمی که وقف تامین اجتماعی می گردند، نام برد. هزینه کم در کشورهای رشد یابنده یکی از دلایل اساسی سرمایه گذاری مستقیم شرکت های فراملی در این کشورها است. (فیصل عامری، ۱۳۸۰ ص. ) از دید تئوری تجارت بین المللی وجود وافر نیروی کار ارزان "مزیت نسبی" بسیاری از کشورهای در حال توسعه را تشکیل می دهد. توانایی این کشورها در جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی که ناشی از مزیت نسبی است نقش مهمی را در توسعه اقتصادی شان ایفاء می کند (F. M. Abbott, 2007, p.6).

اگر عمده فروشان و توزیع کنندگان در کشورهای در حال توسعه بتوانند محصولاتی را که به قیمت ارزان در کشورشان تولید شده، به بازار کشورهای توسعه یافته صادر کنند، تقاضای مصرف کنندگان در کشورهای اخیر الذکر افزایش خواهد یافت. این افزایش تولید و نیز عرضه آن را در کشورهای رشد یابنده موجب می شود. قوانین و مقرراتی که واردات موازی را محدود می کنند منافع کشورهای در حال توسعه را از حیث مزایای هزینه ای کاهش خواهند داد. تقسیم و تجزیه بازار به بنگاه های اقتصادی کشورهای توسعه یافته امکان می دهد که از ورود کالاهای ارزان به بازار کالاهای گرانتر جلوگیری کنند. چنانچه تقاضا در بازار کشورهای توسعه یافته توسط مقررات محدود کننده واردات موازی به نحو تصنعی منع گردد، تولید در کشورهای در حال توسعه متضرر می شود (به نحو منفی متاثر می شود) (Idem).

محدودیت های واردات موازی می تواند تاثیر منفی بر امتیازگیرندگان یا دارندگان مجوز بهره برداری از حقوق مالکیت فکری (licensees) در کشورهای در حال توسعه داشته باشد. زیرا، چنین محدودیت هایی این بنگاه ها را از صدور محصولشان (چه بدون واسطه و چه با واسطه مثلا توسط توزیع کنندگان) به بازار کشورهای ثروتمند باز می دارد.<sup>۱</sup>

---

<sup>۱</sup>. شایان ذکر است که این محدودیت در ماده ۳۱ مقررات تریپس به نفع دارنده مالکیت فکری (به ویژه دارنده حق اختراع) پیش بینی شده است. صدور مجوز اجباری را این ماده مشروط به عدم صدور محصول ناشی از بکاربری تکنولوژی موضوع صدور مجوز می نماید. عین همین شرط در ماده ۱۷ قانون جدید ثبت اختراعات، علائم تجاری و طرح های صنعتی ایران پیش بینی شده است. در این خصوص رجوع کنید به:

بنابراین، تامین تجارت آزاد و تخصصی شدن (یا تقسیم) کار به تمام شرکای تجاری، حتی به آنانی که از کارائی کمتری برخوردارند، سود می‌رساند. نظامی که مانع واردات موازی می‌شود با نظریه مزیت نسبی نمی‌تواند مطابقت داشته باشد. بنابراین، بدلیل این که اصل زوال ملی با آزادی تجارت تعارض دارد، اقتصاددانان از اصل زوال بین‌المللی جانبداری می‌کنند (Christopher Conley, p. 22).

گروه دیگری از هواداران، موضوع اختراع تکنولوژی جدید و استفاده از آن را مطرح و پیشنهاد می‌کنند که با تامین واردات موازی و تخصیص و تقسیم کار، کشورهای پیشرفته باقتضای مزیت نسبی که در فعالیت‌های تحقیق و توسعه دارند نیروی خود را به اختراع فرایندها و فرآورده‌ها اختصاص می‌دهند و کشورهای در حال توسعه به دلیل مزیت نسبی که در نیروی کار ارزان دارند می‌توانند این نیرو را وقف بهره‌برداری از تکنولوژی، تولید محصول و صدور آن به کشورهای توسعه یافته نمایند. به نظر آنان، این تخصیص و تقسیم کار در درازمدت زمینه ارتقاء رفاه بین‌المللی را فراهم ساخت.<sup>۱</sup>

فیصل عامری، "نقدی بر قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری ۱۳۸۶ با عنایت به مقررات تریپس" مجله پژوهش حقوق و سیاست، پائیز و زمستان ۱۳۸۸، شماره ۲۷، صص ۱۲۹-۱۵۸، ص ۱۴۲.

<sup>۱</sup> نظریه آنان براساس مدلی است که می‌توان ذیلاً خلاصه نمود: فرض کنیم برای اختراع تکنولوژی جدید نیاز به منابع مالی و غیرمالی بیشتری از تولید محصولاتی که ناشی از استفاده از آن تکنولوژی باشد. باز هم فرض کنیم که اختراع تکنولوژی جدید هزینه کمتری را در کشورهای صنعتی سبب می‌شود تا کشورهای کم توسعه یافته. و نیز فرض کنیم که استفاده از تکنولوژی جدید به منظور تولید محصول خاصی در کشورهای در حال توسعه نیاز به هزینه کمتری دارد تا در کشورهای توسعه یافته. این پیش فرض‌ها ما را به این نتیجه می‌رساند که کشورهای در حال توسعه که مزیت نسبی در بهره‌برداری از تکنولوژی جدید را دارند بهتر است که با بهره‌برداری از تکنولوژی هم خود را صرفاً به تولید محصولات ناشی از تکنولوژی مزبور محدود کنند. برعکس، کشورهای توسعه یافته که دارای مزیت نسبی در فعالیت‌های اختراع تکنولوژی جدید دارند فعالیت‌های خود را فقط محدود به این نوع فعالیت نمایند. با تخصیص کردن فعالیت‌های اقتصادی هم ظرفیت تولیدی به حداکثر می‌رسد و هم رفاه عمومی هر دو کشور افزایش می‌یابد. منع واردات موازی موجب می‌گردد که هر کدام از کشورها به فعالیت‌های اقتصادی که از حیث مزیت نسبی از آن بی‌بهره هستند مبادرت ورزند. این موجب کاهش تولید و رفاه اقتصادی می‌شود. برای توضیح بیشتر نگاه کنید به: (Christopher Conley, p22-23)



### مخالفان واردات موازی

استدلالات مذکور مخالفت بسیاری از صاحب نظران و کشورهای پیشرفته، بخصوص بنگاهای تولیدی و مالکان تکنولوژی کشورهای توسعه یافته، به دنبال آورده است. به طور کلی مخالفت این گروه را می توان از دو زاویه ۱- طرفداری از اصل زوال ملی و ۲- انتقاد از مزیت نسبی به ایجاز ذیلا توضیح داد:

#### ۱. اصل زوال ملی

دلیل اصرار آنها بر اعمال اصل زوال ملی و محدود نمودن واردات موازی تامین و تضمین کنترل مطلق آنها بر توزیع محصولات خود در سطح بین المللی می باشد. اگرچه، چنین محدودیت های عمودی ممکن است ضد رقابتی و در نتیجه غیرقانونی شمرده شوند معذکک می تواند پیامدهای رقابتی مثبتی را بدنبال داشته باشند. جلوگیری از تقلید مجانی یا به اصطلاح "سواری مجانی" از محصولات ناشی از سرمایه گذاری توزیع کنندگان و یا امتیازگیرندگان از جمله مصداق این گونه مزایا هستند. بسیاری از تولیدکنندگان از توزیع کنندگان و خرده فروشان محصولات خود، می خواهند که هزینه لازم برای فعالیت های تبلیغاتی جهت معرفی کالاهایشان به مصرف کننده را متحمل شوند (Peter Ganea, pp. 7-8).

علاوه براین، خدمات زمان فروش و بعد از فروش مستلزم تحمل هزینههایی است که توزیع کننده و خرده فروش باید به دوش بگیرند تا بتوانند مشتری را جذب نمایند. واردات موازی همان کالا موجب می گردد که وارد کننده بدون این که در این خصوص هزینه ای را متحمل شده باشد از چنین خدماتی به رایگان بهره برد. مضاف براین، تجویز واردات موازی و یا به سخنی دیگر اتخاذ اصل زوال بین المللی موجب می گردد که مالکین از صدور مجوز بهره برداری خودداری کنند. مگر این که مالکین مطمئن شوند دارندگان نسبت به صدور محصولات موازی به بازارهایی که محصول خود را تولید و در آنجا می فروشند مبادرت نورزند. روی هم رفته، اجرای

اصل زوال بین‌المللی پروسه ابداع و اختراع تکنولوژی جدید را بسیار کند می‌سازد و در نهایت به فرایند توسعه صنعتی صدمه وارد می‌نماید (Christopher Conley, p.18).

در عوض، از نظر آنان، اجرای اصل زوال ملی موجب می‌گردد که تولید کنندگان قیمت‌های متفاوتی را برای همان محصول در بازارهای مختلف تعیین کنند. آزادی در تبعیض در قیمت (یا بنظر برخی تفاوت در قیمت)<sup>۱</sup> موجب اعتلاء رفاه می‌شود زیرا قیمت‌های متفاوت برای گروه‌های مختلف مصرف کننده که دارای تقاضای متفاوتند تعیین می‌شوند. به منظور تبیین مسئله دو کشور فرضی را در نظر می‌گیریم؛ یکی غنی و دیگری فقیر. در شرایطی که تجارت موازی میان دو کشور مزبور حاکم و بنگاه‌های اقتصادی نتوانند دست به تبعیض در قیمت بزنند در این صورت محصول به همان قیمت گرانی که در کشور ثروتمند فروخته می‌شود در کشور فقیر فروخته خواهد شد. برعکس، چنانچه اصل زوال ملی حاکم باشد و بر اساس آن بنگاه فرضی ما بتواند محصول را به قیمت‌های متفاوت بفروشد در این صورت محصول را با قیمتی ارزان تر در کشور فقیر خواهد فروخت. این وضعیت به قول پاراتو موجب می‌گردد که هم بنگاه و هم مصرف کنندگان کشور فقیر از این وضعیت سود ببرند و در عین حال مصرف کنندگان کشور غنی در این ما بین نه متضرر می‌شوند و نه منتفع.<sup>۲</sup>

بنابراین، با تجویز و اتخاذ سیاست "تبعیض یا تفاوت در قیمت" مطلوبیت بیشتری در سطح جهانی بدست خواهد آمد. زیرا، با اجرای اصل زوال بین‌المللی، بنگاه‌ها محصولات خود را فقط در کشورهایی خواهند فروخت که اصل زوال ملی و تبعیض در قیمت تجویز شده باشند. به هر ترتیب، منع یا محدود نمودن واردات موازی و امکان تبعیض در قیمت موجب می‌گردد که بنگاه‌ها با کسب سود، بخشی از درآمد اضافی خود را وقف فعالیت‌های تحقیق و توسعه نمایند.

<sup>۱</sup> برخی معتقدند بجای تبعیض در قیمت (price discrimination) باید از اصطلاح تفاوت در قیمت (price differentiation) استفاده کرد. زیرا، در اصطلاح اولی معنای ضد رقابتی وجود ولی در دومی چنین منظوری را نمی‌توان استنتاج کرد.

Ibid, p. 19.

<sup>۲</sup> "...when parallel trading is prohibited, both the firm and consumers in the poor country would be better off and consumers in the rich country would not be worse off." Christopher Conley, op cit, p. 19.

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۷۹

به منظور توجیه اصل زوال ملی بحث دیگری مطرح شده است. این بحث بیشتر بر سیاست کنترل قیمت توسط دولت تاکید می‌ورزد. به نظر هواداران این مکتب، رقابت آزاد موجب کاهش قیمت کالا می‌گردد. با این وجود، این کاهش همیشه نتیجه رقابت آزاد نیست و در بسیاری از موارد بر اثر مداخله دولت یا نهادهای دولتی صورت می‌گیرد. دارو از نمونه‌های بارزی است که نهادهای ذی صلاح دولتی قیمت آن را به منظور سهل الوصول نمودن آن به مصرف‌کننده به ویژه اقشار بی بضاعت کاهش می‌دهند. این مداخله مورد اعتراض مخالفان تجارت موازی قرار گرفته است. زیرا اعمال این سیاست موجب می‌گردد که توزیع‌کنندگان یا عمده‌فروشان عین محصول را از بازارهای ارزان قیمت بخرند و سپس آن را به قیمتی ارزان تر از قیمتی که مالک یا تولیدکننده در بازار محلی خود عرض می‌نماید بفروشند. بنا بر این، با این اقدام غیرمنصفانه بنگاه نخواهد توانست سود لازم را بدست آورد.<sup>۱</sup>

این گونه نظارت بر قیمت را توسعه غیرمنصفانه دامنه برنامه عمومی ملی می‌دانند. ولو این که، در این خصوص برخی دیگر معتقدند که تولیدکننده ملزم به تولید نخواهد بود. مع الوصف، وجود مکانیسم صدور مجوز اجباری مقرر در ماده ۳۱ تریس ممکن است مانع انصراف مالک از عملیات تولیدی شود (Christopher Conley, p. 21).

اثر ضد رقابتی اعمال اصل زوال ملی در این است که این نوع محدودیت‌های عمودی موجب کاهش رقابت افقی میان توزیع‌کنندگان یک محصول (intra brand competition) خواهد

---

<sup>۱</sup> در این راستا، مثالی را می‌آورند:

داروساز الف داروی ج خود را در ایالات متحده که عاری از هرگونه محدودیت یا نظارت دولتی بر قیمت هاست به قیمت ۱ دلار می‌فروشد. این بنگاه همین دارو را در کشور ب، که کنترل بر قیمت دارد، به قیمت ۶۰ سنت می‌فروشد. عمده‌فروشان یا توزیع‌کنندگان همین دارو را از کشور ب به قیمت ۶۰ سنت می‌خرند و در کشور ایالات متحده به قیمت ۹۰ سنت می‌فروشند. طرفداران این مکتب با ذکر این مثال، این شیوه را غیرمنصفانه می‌خوانند و ممنوعیت واردات موازی و اجرای اصل زوال ملی را پیشنهاد می‌نمایند. البته در پاسخ به غیرمنصفانه بودن کاهش قیمت ناشی از واردات موازی، عنوان شده که تولیدکننده می‌تواند با تولید و عرضه بیشتر کالا قیمت آن را در بازار کشور متبوع خود پائین بیاورد و عملاً موجب کاهش واردات موازی گردد. (Christopher Conley, p. 1)

شد.<sup>۱</sup> تولیدکنندگان با اعمال یا تحمیل محدودیت بر فعالیت توزیع کنندگان رقابت میان این صنعت از بنگاه‌ها را محدود می‌کند. البته باید خاطر نشان ساخت که این نوع محدودیت تا زمانی که موجب ارتقاء رقابت افقی یعنی رقابت میان تولیدکنندگان گردد ضد رقابتی شمرده نمی‌شود. براساس این رویکرد، که در کشورهای پیشرفته اعمال می‌شود، این نوع محدودیت‌ها را نباید راساً ممنوع اعلام کرد، زیرا وجود چنین محدودیت‌هایی در دراز مدت موجب ارتقاء صنعت می‌گردد. (Idem).

## ۲. مزیت نسبی و انتقاد از آن

انتقاد دیگر مخالفان واردات موازی این است که فرضیات ارائه شده برای دفاع از تجارت آزاد و مزیت نسبی با واقعیت جهان امروزی که تجارت موازی در آن صورت می‌گیرد سازگاری و مطابقت ندارد. شالوده تئوریک "مزیت نسبی" بر دو فرض اساسی مبتنی است: بازار تحت شرایط: ۱- ورود آزاد<sup>۲</sup> و ۲- رقابت کامل عمل می‌کند. تنها در چنین شرایطی است که رقابت قیمت‌ها را به سطح "هزینه نهایی" در تمام بازارهای مبتنی بر تجارت آزاد کاهش می‌دهد. و بازاری که در آن رقابت کامل وجود دارد هدف واردات موازی را منتفی می‌کند.<sup>۳</sup> این بدین معناست که واردات موازی در بازاری صورت می‌گیرد که در آن رقابت ناقص و تبعیض یا تفاوت در قیمت وجود دارد. رقابت ناقص زمانی به وجود می‌آید که در آن بنگاه تجاری از قدرت و تسلط بازاری برخوردار است. براین اساس، اختیار و قدرت قیمت‌گذاری و تبعیض در قیمت را داراست. از جمله این قدرت یا انحصار حقوق انحصاری است که دارنده مالکیت فکری می‌تواند با استفاده از آن، محصول خود را در بازارهای مختلف جهانی به قیمت‌های متفاوت بفروشد. بنابراین، از حیث نظری، واردات موازی را نمی‌توان با استناد به مزیت نسبی و تجارت آزاد توجیه نمود. (Carsten Fink, pp. 173-190

<sup>۱</sup>. ولی ممکن است موجب رونق بخشیدن به رقابت میان تولید کنندگان محصولات مشابه گردد.

<sup>۲</sup>. Free entry.

<sup>۳</sup>. زیرا، در بازاری که رقابت کامل وجود دارد، افزایش قیمت موجب از دست دادن مشتری می‌گردد.

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/ ۸۱

با وجود این، این موضوع نباید ما را به مردود شمردن واردات موازی و اتخاذ اصل زوال ملی برساند. زیرا، این به معنای اجرای اصل زوال ملی و در نتیجه غیر قانونی شمردن واردات موازی خواهد بود. این رویکرد با مخالفت بسیاری از اقتصاددانان مواجه گردیده است. زیرا، مصرف کننده را از بهره‌مندی از کالاهای ارزان و درعین حال مرغوب محروم می‌سازد. اگر هدف، جلوگیری از استفاده مجانی از ثمره بازاریابی‌های تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان که هزینه‌های گزافی را متحمل شده‌اند باشد، این را می‌توان با اعمال محدودیت‌های جغرافیایی یا صادراتی و وارداتی در قراردادهای تجاری از قبیل خرید و فروش و ليسانس انجام داد. این رویکرد از مزیت در خور اهمیتی برخوردار است: با استفاده از معیارهای مقرر در قوانین و مقررات رقابت می‌توان آثار و پیامدهای ناشی از این محدودیت‌ها را بررسی و محدودیت مفید را از محدودیت مضر تمییز داد. مثلاً، چنانچه محدودیت بر واردات موجب رونق بخشیدن به رقابت درون صنعتی افقی میان توزیع‌کنندگان و یا تولیدکنندگان شود و در دراز مدت نه تنها رفاه مصرف کننده را اعتلاء بخشد بلکه ارتقاء سطح فناوری آن صنعت را موجب شود در این صورت، آن را باید مجاز شمرد. در غیراین صورت، محدودیت بر واردات مورد قبول واقع نخواهد شد. این شیوه در کشورهای توسعه یافته مثل ایالات متحده آمریکا و اتحادیه اروپا جاری است و محدودیت‌های موازی فعال<sup>۱</sup> که رقابت عمودی را به منظور رونق بخشیدن به رقابت افقی محدود می‌کنند، مجاز می‌شمارند. علاوه براین، در کشورهای دارای نظام حقوقی عرفی، دارندگان حق مالکیت فکری در معاملات خرید و فروش با الصاق برچسب بر محصولات فروخته شده، عرضه محصول را در کشورهای معینی غیر مجاز اعلام کنند. تنها انتقاد اساسی که از این رویکرد، یعنی اعمال اصل زوال بین‌المللی شده، این است که قوانین ملی کشورها در این خصوص از یک نظام منسجم، هماهنگ و یک نواختی برخوردار نیستند و کشورها شیوه‌های متفاوتی را اعمال می‌کنند. (Christopher Conley, p. 25-26)

<sup>1</sup>. Territorial Restrictions.

منظور محدودیت‌هایی جغرافیایی یا سرزمینی است که مالک یا تولید کننده بر توزیع کننده اعمال می‌کند.

تجزیه بازار که از طریق ایجاد محدودیت در واردات موازی صورت می‌گیرد موجب بالا رفتن قیمت محصول و در نتیجه افزایش ارزش افزوده تولید کننده می‌گردد. این روند پیامد منفی برای مصرف کننده خواهد داشت، زیرا از ارزش افزوده مصرف کننده می‌کاهد. علی‌الاصول، مصرف کنندگان، اجناس اصلی ارزان قیمت را بر اجناس مشابه گران قیمت ولو با وعده ارائه خدمات بهتر ترجیح می‌دهند (F. M. Abbott, 2007, p. 7).

در عین حال در این خصوص باید خاطر نشان ساخت، اگر تولید کنندگان کشورهای توسعه یافته در اثر رقابت در قیمت که نتیجه طبیعی تامین تجارت آزاد است تحت فشار قرار نگیرند، تخصیص کارآمد منابع تولیدی در کشورهای حال توسعه مخدوش خواهد شد. اگر تولید کنندگان کشورهای در حال توسعه در سود آوری ناشی از فعالیتشان محدود شوند، این منجر به این می‌شود که کشورهای در حال توسعه در سرمایه‌گذاری‌های آینده محدود گردند. این به نوبه خود موجب می‌شود که کشورها، وابسته کالاهای سرمایه بر صادراتی کشورهای توسعه یافته شوند. این موارد، بعضی از عواقب ناشی از اعمال تبعیض در قیمت در بعد بین‌المللی است که مخالفان واردات موازی از آن دفاع می‌کنند. (F.M. Abbott, 1<sup>st</sup> Report, 1998, p. 621).

مضاف بر این، بخش قابل توجهی از تجارت بین‌المللی در کالاهایی است که تحت حمایت حقوق مالکیت فکری نیستند. کالاهای تمام نشده (کالاهای که به مرحله نهایی فروش و مصرف نرسیده باشند: مثل مواد اولیه، کالاهای واسطه‌ای مثل تیر آهن) و محصولات کشاورزی از جمله این کالاها هستند. بازار کشورهای در حال توسعه سرشار از این گونه محصولات است. محصولاتی که بیشتر به مشتریان کشورهای در حال توسعه فروخته می‌شود از نوع محصولات تحت حمایت مالکیت فکری ولی با قیمت ارزان و از نوع تمایز در تولید (یعنی، *product differentiation*) مثل خودرو است. خریداران و مصرف کنندگان این محصولات از کشورهای در حال توسعه است. به این دلیل، این نوع محصولات بیشتر برای کشورهای در حال توسعه تولید و در بازار عرضه می‌شود و بنابراین، لزوماً جذبتی برای کشورهای توسعه یافته ندارند. (Idem). اما در خصوص بعضی محصولات مثل دارو، اگر تولید کنندگان از تولید و صدور آن به کشورهای در حال توسعه خودداری کنند، این وضعیت نباید موجب نگرانی گردد زیرا کشور میزبان می‌تواند با توسل به صدور مجوز اجباری زمینه تولید و فروش آن را به وجود بیاورد (Idem).

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/ ۸۳

### تبعیض در قیمت: سوء استفاده یا ترویج رفاه؟

در بازاری که اصل زوال ملی حاکم است، بنگاه‌های تجاری می‌توانند در بازارهای مختلف، قیمت‌های متفاوتی را برای کالاها و خدمات یکسان معین کنند. شاید این یکی از دلایلی باشد که بسیاری از اقتصاددانان رویه تبعیض قیمت را ناشی از رفتارهای ضد رقابتی بدانند و برای مقابله با آن آزادی و یا اعمال سیاست "واردات موازی" را توصیه می‌کنند.

وجود حقوق مالکیت فکری امکان مبادرت به رفتارهای ضد رقابتی را بوجود می‌آورد. زیرا در عمل ثابت شده که در مواردی که از حیث قانون امکان پذیر بوده، مالکین با سوء استفاده از حق انحصاری که این مالکیت برای آنها به وجود آورده است تلاش کرده اند که از آن برای تسلط بر بازار و بالا بردن قیمت بهره برداری کنند. بنابراین، تجویز و تشویق واردات موازی به خصوص در کشورهای کم توسعه یافته که کالاهای مشابه و یا جایگزین در آنها بسیار کم است و یا این که از داشتن سیاست و برنامه‌های رقابتی مناسب محروم هستند می‌تواند ابزار مناسبی برای محدود کردن این گونه سوء استفاده باشد.

با وجود این، ضمن اینکه تبعیض در قیمت می‌تواند مرتبط با و یا ناشی از اعمال ضد رقابتی باشد، در برخی موارد می‌تواند شکل مشروعی بگیرد و به نفع گروه یا اقشار خاصی عمل کند؛ مثل تخفیفاتی که برای دانشجویان و سالمندان قائل می‌شوند. در این خصوص، اقتصاددانان به سه نوع تبعیض در قیمت اشاره می‌کنند که هر کدام آنها توجیه اقتصادی خاص خود را دارد.<sup>۱</sup>

نوع اول تبعیض در قیمت، براساس مشتری و عکس العمل یا کشش تقاضایی است که نسبت به تغییر قیمت نشان می‌دهد. مشتری که کشش تقاضای قیمتی آن کم است در مقایسه با آن کسی که کشش تقاضای آن زیاد است، از بالا رفتن قیمت یا گران شدن کالا کمتر نگران می‌شود. تا

---

<sup>۱</sup>. برای توضیح بیشتر در این خصوص نگاه کنید به:

Damien Geradin and Nicolas Petit, Price Discrimination under EC Competition Law: the need for a case-by-case Approach, The Global Competition Law Centre Working Papers Series, GCLC Working Paper 07/05, College of Europe, Bruges, Belgium, Available at <http://www.gclc.coleurop.be>.

زمانی که کشش قیمت پایین است (یا به قول اقتصاددانان کمتر از ۱ باشد)<sup>۱</sup>، بالا بردن قیمت کالا، امکان پذیر و سود آور است یعنی فروشنده از فروش کالای اندک پولی بیشتری بدست می آورد. این بیشتر در موارد انحصاری اعم از دولتی (مثل آب و برق و گاز) و یا خصوصی صورت می گیرد. از حیث نظری، در شرایط غیر انحصاری و بسته به میزان بود یا نبود کالای مشابه یا جایگزین، مشتری به طور انفعالی در مقابل قیمتی که توسط فروشنده معین می شود، عکس العمل نشان می دهد و درعین حال، فروشنده از منحنی تقاضای مشتری اطلاع دارد. مع الوصف، درعمل به این گونه نیست و همواره وضعیت مذاکره و چانه زنی وجود دارد؛ مثلا، مشتری با تظاهر به این که برای کالا ارزشی کمتر از قیمتی که واقعا مایل است بخرد قائل است و براین اساس تهدید به نخریدن آن می کند.

راه دیگر برای درک تبعیض قیمت نوع اول بدین ترتیب است: این تبعیض اساسا نظری است زیرا چنین وضعیتی مستلزم این است که فروشنده کالا یا خدمات، آن حداکثر قیمتی که مشتری حاضر و مایل به پرداخت آن است، بداند. این درست است که مصرف کنندگان، بسته به توانایی مالی شان، دارای کشش های قیمتی متفاوت هستند، ولی فروشنده زیاد به این وضعیت اهمیت نمی دهد. آنچه برای فروشنده حائز اهمیت است آن حداکثر مطلوبیتی است که مشتری یا مصرف کننده برای کالا قائل و حاضر به پرداخت است. با اطلاع از این مطلوبیت فروشنده می تواند

---

<sup>۱</sup> برای تعیین کشش قیمتی تقاضا اقتصاددانان درصد تغییر در تقاضا را تقسیم بر درصد تغییر در قیمت می نمایند. اگر نتیجه کمتر از عدد ۱ درآید در این صورت، کشش تقاضا مصرف کننده کم خواهد بود. این نوع کشش های کم بیشتر در خصوص صناعی که در انحصار یک بنگاه باشند صادق است. مثلا آب و برق و گاز که در انحصار دولت است و بالا یا پائین رفتن قیمت موجب کشش کمتری در تقاضا می شود. برعکس، اگر حاصل تقسیم بیشتر از عدد ۱ باشد کشش قیمتی تقاضا زیاد خواهد بود. این نوع کشش در مواردی که کالاهای همگون زیاد باشد صادق است. یعنی اگر قیمت پارسی کولا بالا رود، مصرف کننده عکس العمل نشان می دهد و سراغ کالای همگونی مثل زمزم می رود. برای توضیح بیشتر نگاه کنید:



## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/ ۸۵

تمام ارزش افزوده بازار را جذب کند و با این کار کلیه ارزش افزوده مصرف کننده را از مصرف کننده بگیرد و آن را به درآمد تبدیل کند. از منظر رفاه اجتماعی این نوع تبعیض (درجه اول) زیاد نامطلوب نیست. به این معنا که بازار هنوز کاملاً کاراست و نصیب از دسته رفته ای<sup>۱</sup> برای جامعه بوجود نیامده است. مع الوصف، این درست نقطه مقابل وضعیت بازار کامل است. در بازاری که رقابت کامل وجود دارد این مصرف کنندگان هستند که تمام ارزش افزوده را تحصیل می کنند. در بازاری که در آن تبعیض قیمت در آن اعمال می شود، این فروشنده است که تمام ارزش افزوده را بدست می آورد. کارایی در این وضعیت دگرگون نمی شود و صرفاً در این روند ثروت از مصرف کننده به تولید کننده یا فروشنده منتقل می شود. البته، در عمل و واقعیت این نوع بازار وجود ندارد و چنین وضعیتی صرفاً نظری و تئوریک است و بسیاری از اقتصاددانان معتقدند اعمال چنین تبعیض در قیمتی عملاً ممکن نیست. زیرا، این تبعیض زمانی می تواند صورت گیرد که بنگاه اطلاع و آگاهی کامل از مطلوبیت مصرف کنندگان داشته باشد، وضعیت یا موقعیتی که در بازار اکثر کالاها و خدمات عملاً وجود ندارد. تنها مصادیق عملی این وضعیت را می توان در بازارهای مناقصه و مزایده دید.

در نوع دوم تبعیض در قیمت، قیمت ها براساس کمیتی که به فروش می رود تغییر می کنند. مقدار زیاد را می توان با قیمت های کمتر خرید. این نوع معاملات را در خرید و فروش با مشتریان صنعتی که خریداران عمده از تخفیف قابل توجهی بهره می برند، می توان دید. علاوه بر این، در تبعیض نوع دوم فروشندگان نمی توانند میان انواع مختلف مصرف کنندگان، تفاوت قائل شوند. لذا فروشندگان تلاش می کنند تا با توسل به ابزار تشویقی با عنایت به مطلوبیت و اولویت هائی که مصرف کنندگان برای کالا یا خدمات قائل می شوند ویژگی و وجه تمایز خود را آشکار سازند. همانند موارد فوق الذکر، "تخفیفات" خاص کمیت، یا قیمت گذاری متغیر، وسیله و ابزاری است که تولید کننده کالا و خدمات "اولویت دهی" مصرف کننده را می شناسد و براساس آن می تواند انواع مختلف مصرف کنندگان را تشخیص دهد و بر آن مبنای کالا یا خدمات یکسان را به

---

<sup>۱</sup> غرض از نصیب از دست رفته آن مقدار تولیدی است که بنگاه در وضعیت انحصاری به منظور بالا بردن قیمت، کاهش می دهد. در این خصوص نک فیصل عامری، ۱۳۸۹، ص ۱۳۱.

مصرف کنندگان متفاوت با قیمت های مختلف بفروشد. به عبارتی دیگر، شناخت مصرف کنندگان براساس مطلوبیت و اولویتهای مختلف آنها، تولیدکننده و یا فروشنده را قادر می سازد که قیمت های متفاوتی را به گروه های مختلف بفروشد و نسبت بزرگی از ارزش افزوده بازار را نصیب خود نماید. به طور خلاصه، تبعیض در قیمت از نوع یا درجه دوم زمانی رخ می دهد که بنگاه تجاری قیمت هر واحد را به طور متفاوت، براساس تعداد واحدها یا کمیتی که مصرف کننده می خرد معین کند. مثلا، قیمت کالا براساس تعداد یا کمیت آن تغییر می کند هرچه مصرف کننده کالای بیشتر بخرد به همان نسبت فروشنده از قیمت کالا می کاهد.

نوع سوم تبعیض در قیمت، براساس قشر خاصی از مصرف کنندگان تغییر می کند. در این خصوص، تولید کننده یا فروشنده می تواند میان مصرف کنندگان بر اساس مثلا سن یا وضعیت صنفی آنها تفاوت قائل شود. برای مثال، "تخفیفاتی" که برای سالمندان و دانشجویان انجام می گیرند. این نوع تخفیف همانند سایر انواع تبعیض در قیمت بر اساس عنصر مطلوبیت یا اولویت صورت می گیرد. به عبارتی دیگر، یک دانشجو یا یک سالمند در مقایسه با یک مصرف کننده معمولی و متعارف رغبت یا مطلوبیت متفاوتی برای خرید کالا قائل است؛ مثلا، حاضر نیست همان قیمت یا مبلغی را برای خرید کالا که خریدار متعارف پرداخت می نماید، به پردازد. دلیل این تفاوت یا مطلوبیت کم، محدودیت مالی است. یعنی نداشتن توانائی مالی در خرید کالا به قیمت متعارف. این وضعیت موجب می شود که تهیه کننده کالا، قیمت پائینی را برای چنین مصرف کنندگانی تعیین می کند. زیرا کشش تقاضای دانشجو و سالمند زیاد است. مبادرت به اعمال تبعیض در قیمت در چنین وضعیتی موجب می شود که تهیه کننده ارزش افزوده بیشتری را از بازار تحصیل کند.

تبعیض در قیمت در سطح بین المللی را شاید بتوان از نوع سوم یعنی مطلوبیت و توانایی مالی که مصرف کنندگان یک کشور در مقایسه با کشوری دیگر دارند دانست. البته در اینجا، اعمال این تبعیض منوط به این است که قوانین و مقررات حاکم، ورود و صدور آزاد کالا و یا خدمات را به سود تولید کننده و فروشنده محدود کرده باشند. این را می توان با مثالی توضیح داد. در این مثال، فرض بر این است که دو کشور وجود دارد: یکی غنی و دیگری فقیر. چنانچه واردات موازی میان دو کشور مجاز باشد بنگاه تجاری تنها به مصرف کنندگان کشور غنی کالا یا خدمات خود را می فروشد و نیازی به اعمال تبعیض در قیمت نمی بیند. برعکس، در صورتی که واردات موازی ممنوع باشد تولید کننده کالای خود را در کشور ثروتمند به همان قیمت اصلی می فروشد، ولی

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/ ۸۷

همین کالا را به قیمت کمتری در کشور فقیر می فروشد. در وضعیت دوم، یعنی وضعیتی که در آن واردات موازی ممنوع است، مصرف کنندگان کشور فقیر در وضعیت بهتر و مطلوبتری قرار می گیرند. درعین حال، مصرف کنندگان کشور غنی بدلیل این که همان مبلغی را که حاضر به پرداخت آن شده اند، می پردازند، ضمن این که آن منفعتی که عاید مصرف کنندگان کشور فقیر شده است نصیب آنها نمی شود، در وضعیت نامناسبی قرار نمی گیرند<sup>۱</sup> (Castern Fink, p.179).

در سال ۱۹۹۴، دو نفر از اقتصاددانان، Malueg و Schwartz<sup>۲</sup> مدلی از تعادل یا توازن نسبی (یا جزئی) را طرح و پیشنهاد کردند.<sup>۳</sup> براساس این الگو، قیمت گذاری منسجم و یکنواخت توسط بنگاه انحصاری در مقایسه با اعمال تبعیض قیمت، رفاه کمتری را در سطح جهانی بوجود می آورد چنانچه نسبت تقاضا میان کشورها و در سطح جهانی زیاد باشد. مورد دیگری که در این الگو نشان دادند تقسیم کشورها به چند گروه و تعیین قیمت متفاوت کالاها و خدمات برای هر یک از گروهها و درعین حال اجرای سیاست قیمت واحد در درون هر یک از آنها است. از نظر این محققین با اعمال این مدل، رفاه جهانی به حداکثر می رسد. به عبارتی دیگر، میان کشورها سیاست تبعیض در قیمت اعمال می شود. ولی، در درون هر یک از این گروه ها از تبعیض در قیمت باید اجتناب گردد. این اسلوب به نظر آنان موجب حداکثر سازی رفاه جهانی خواهد شد.

---

<sup>۱</sup>. این وضعیت موسوم به بهینه پاراتو است.

"...both the firm and consumers in the poor country would be better off while the consumers in the rich country would not be worse off."

Carsten Fink, "Entering the Jungle: the exhaustion of intellectual property rights and parallel imports", Competitive Strategies for Intellectual Property Protection, Fraser Institute in Santiago, Chile, and Buenos Aires, Argentina, April 19, 22, 1999, p. 179.

<sup>۲</sup>. Malueg, D. A., M. Schwartz (1994)37, "Parallel Imports, Demand Dispersion, and International Price Discrimination", Journal of International Economics, 167-95.

<sup>۳</sup>. " a formal partial equilibrium mode"

این مدل مورد استقبال بسیاری از اقتصاددانان قرار نگرفته به این دلیل که عملاً نمی‌تواند پاسخگوی معضل واردات موازی و اصل زوال باشد. از جمله این مخالفان کاسترن فینک است که با طرح پرسش‌هایی چون "آیا این فرضیه را می‌توان در مورد اصل زوال اعمال کرد؟ و آیا اعمال نظریه بر اصل زوال منجر به حداکثر سازی رفاه می‌گردد؟" فرضیه فوق‌الذکر را به نقد می‌کشد و این هشدار را می‌دهد که اگر مقررات ملی موجب افزایش رفاه جهانی می‌گردند این لزوماً به این معنا نیاید تلقی شود که حتماً باعث حداکثر سازی رفاه ملی می‌شوند: مصرف‌کنندگان کشورهای که در یک سیستم بین‌المللی تبعیض در قیمت، کالا به قیمت پائین‌تری در اختیارشان گذاشته می‌شود از محدود کردن واردات موازی بیشتر منتفع می‌شوند تا مصرف‌کنندگان کشوری که همان کالا به قیمتی گرانتر در بازار ملی‌شان عرضه شده باشد (Carsten Fink, p. 179).

اگرچه در این خصوص باید خاطر نشان ساخت که چنین پیامدی منوط به سیاستی است که آن کشور (یعنی کشوری که کالا به قیمتی گرانتر در بازارش عرضه شده است) اتخاذ می‌نماید و برآن اساس واردات موازی را منع یا تجویز می‌کند. این به خودی خود توضیح می‌دهد که چرا کشورهایمانند نیوزیلند و استرالیا که عملاً اهمیت کمتری برای حقوق مالکیت فکری قائل شده‌اند، تصمیم گرفتند که موانع و محدودیت‌های قانونی ناظر بر واردات موازی را حذف کنند (Idem).

ثانیاً، این را نباید فراموش کرد که مالکین حقوق مالکیت فکری به سختی می‌توانند به عنوان انحصارگر مطلق عمل کنند. واقعیت این است که مالکین عملاً هم در سطح ملی و هم در سطح بین‌المللی کالاهای مشابه و جایگزین در رقابتند و بنابراین توانایی آنان در قیمت‌گذاری کالا و اعمال سیاست تبعیض در قیمت بسیار محدود است (فیصل عامری ۱۳۸۹، ص. ۱۲۱-۱۳۳).

ثالثاً، به سختی می‌توان به این نتیجه رسید که در کدام کشور کالای مورد بحث دارای کشش تقاضای بیشتری است تا بتوان براساس آن، سیاست قیمت پائین را اعمال کرد. شایان ذکر است، اگرچه کشش تقاضاها براساس درآمد سرانه ملی تغییر می‌کند، ولی نباید فراموش کرد که قیمت کالاها در کشورهای در حال توسعه همیشه ارزانتر یا پائینتر از کشورهای توسعه یافته نیست. از باب مثال، در بسیاری از موارد تولیدکنندگان، محصولات خود را در کشورهای در حال توسعه برای بخش مرفه و پردرآمد آن کشور که کشش تقاضا در میان آنها در مقایسه با مصرف‌کنندگان کشورهای توسعه یافته بسیار کم است عرضه می‌کنند تا مصرف‌کنندگان کشورهای پیشرفته.

(Carsten Fink, p. 179)

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/ ۸۹

اثر رفاهی تبعیض در قیمت کالاهائی که تحت حمایت آن نوع حقوق مالکیت فکری که مشوق فعالیت های تحقیق و توسعه هستند (مثل حق اختراع و حق نسخه برداری) بیشتر از سایر انواع حقوق مالکیت فکری اند. زیرا، این نوع حق مالکیت فکری به صراحت، محدودیت جایگزینی این محصولات را (منظور کالاها و تولیداتی که تحت حمایت این حق هستند) مشخص و معین می کند (Ibid, p. 180). بدیهی است که چنین تبعیضی بیشتر به سود تولیدکنندگان و کشورهای متبوعشان یعنی کشورهای توسعه یافته می باشد.

البته، همان گونه که قبلا توضیح داده شد تبعیض در قیمت می تواند اثرات مثبتی از حیث رفاه بوجود بیاورد. یکی از این مصادیق محصولات داروئی و انتشارات آموزشی و علمی می باشد که تحت کنترل دولتی به قیمت بسیار نازلی در کشورهای در حال توسعه عرضه می شوند. اختلاف پیرامون آثار اقتصادی واردات موازی موجب گردید که برخی از اشخاص و نهادهای پژوهشگر تحقیقاتی را در این راستا انجام دهند. از جمله آنها می توان به نمونه های زیر اشاره نمود:

یکی از این بررسی ها تحقیقی است که نهاد<sup>۱</sup> NERA انجام داد.<sup>۲</sup> موضوع بررسی نقش اقتصادی واردات موازی (واردات و صادرات) کالاهای دارای علائم تجاری در اتحادیه اروپا و پیامدهای احتمالی ناشی از تغییر اصل زوال منطقه ای به زوال بین المللی است. تحقیق مزبور، پس از بررسی ده نوع از کالاهای دارای علامت تجاری به این نتیجه رسید که تجویز واردات موازی یا اعمال اصل زوال بین المللی ممکن است پیامدهای ذیل را در کوتاه مدت بدنبال داشته باشد: افزایش متواضع تجارت موازی در اتحادیه؛ کاهش نسبی قیمت برای مصرف کننده؛ تاثیر منفی بر سود مورد انتظار تولید کننده؛ افزایش اشتغال در بخش خرده فروشی و در عین حال کاهش آن در بخش تولید (زیرا، با تجویز واردات موازی این بخش از تجارت جایگزین صنعت تولیدی محلی آن کالا می گردد)؛ و از بین رفتن انگیزه در ارائه خدمات مرغوب توسط خرده فروشان مرتبط با تولیدکنندگان (F. M. Abbott, 2<sup>nd</sup> Report. (2000) p. 10) تحقیق مزبور به اثرات

<sup>1</sup>. National Economic Research Associates.

<sup>2</sup>. National Economic Research Associates, S. J. Berwin & Co. and IFF Research, The Economic Consequences of the Choice of the Regime Exhaustion in the Area of Trademarks – Final Report for DGXV of the European Commission (1999). Available at [http://europa.eu.int/comm/internal\\_market/en/indprop/tm/report.pdf](http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/indprop/tm/report.pdf).

احتمالی اکتفاء نمی‌کند و پیامدهای دیگری را در دراز مدت پیش بینی می‌کند. برای مثال به اعتقاد این نهاد تجویز واردات موازی موجب می‌شود که در دراز مدت اولاً، کاهش قیمت کالاهای وارداتی متوقف شود؛ ثانیاً، مالکین علائم تجاری یا عرضه کالاهای خود را در بازار کم قیمت متوقف می‌سازند یا این که قیمت کالاهای خود را بالا می‌برند؛ ثالثاً، شیوه بسته بندی کالاهای خود را عوض می‌کنند و یا به وسیله قرارداد محدودیت های جغرافیایی (از جمله واردات موازی) بر توزیع کنندگان و یا خرده فروشان شرایط خود را اعمال کنند و رابعاً، هزینه های لازم برای تحقیق و توسعه را کم یا حذف کنند. در مجموع، توصیه این نهاد منع واردات موازی و اجرای اصل زوال بود. (A. B. Amarnath, pp.18-19)

نتایج و توصیه های تحقیق مزبور مورد قبول بسیاری از صاحب نظران قرار نگرفت. دو دلیل موجه صحت این تحقیق را مورد تردید قرار داد. یکی این که موضوع این تحقیق بسیار محدود بود و همان گونه که در بالا بدان اشاره شد تنها ده کالا را در برداشت. ایراد دیگر این تحقیق غیر مستند بودن آن در خصوص نتایج حاصله است. به عبارتی دیگر، این تحقیق براساس مصاحبه هایی بود که نهاد مزبور با چند شرکت تولیدی برگزار نموده و از آنها سؤال کرده بود که تجویز واردات موازی چه پیامدهایی را بدنبال خواهد داشت. بدیهی است نتیجه گیری از صرف اظهار نظر یا عقیده چند شرکت نمی‌تواند عکس العمل یا پیامدهای واقعی تجویز یا عدم تجویز واردات موازی را منعکس نماید. به این دلیل بسیاری از صاحب نظران این تحقیق را سطحی، غیر دقیق و نا معتبر خواندند<sup>۱</sup> (Idem).

تحقیق دیگری توسط مقام رقابتی سوئد در مورد آثار تجویز واردات موازی در اقتصاد ملی سوئد انجام گرفت و به این نتیجه رسید که از آنجایی که سطح زندگی و قیمت ها در کشور مزبور بسیار بالاست، تجویز واردات موازی موجب کاهش قیمت و بنابراین، افزایش رفاه مصرف کننده خواهد شد. پژوهشی دیگر در این زمینه توسط کمیته بررسی رقابتی استرالیا صورت گرفت که

<sup>۱</sup>. برای توضیح بیشتر در این خصوص نک

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۹۱

نتیجه‌گیری‌اش تقریباً همانند نتیجه‌گیری مقام رقابتی سوئد بود: منع واردات موازی موجب افزایش قیمت و به ضرر مصرف‌کننده بود. ناگفته نماند که شیوه و گستره دو تحقیق مزبور همانند پژوهش قبلی بسیار محدود و در عین حال مبتنی بر عقاید و نظرات بنگاه‌ها و گروه‌های صنعتی بود. تلاش عده‌ای دیگر از اقتصاددانان برای بررسی علمی پیامدهای تجویز یا عدم تجویز واردات موازی، بدلیل نبودن آمار دقیق و اطلاعات درست، با شکست نیز مواجه گردید و بناچار همانند Malueg و Schwartz با توسل به فرضیه سازی و استفاده از تئوری بازی‌ها<sup>۱</sup>، در تحقیق شان احتمال سه نتیجه را پیش‌بینی نمود<sup>۲</sup>: ۱- آن نسبت رفاه اقتصادی که واردات موازی می‌تواند برای مصرف‌کننده بوجود بیاورد بسته به سطح و تعداد موانع تجاری است که میان کشورهای صادرکننده و واردکننده ایجاد می‌شود؛ ۲- هرچه از سطح یا مقدار موانع تجاری کاسته شود به منافع یا مزایایی که واردات موازی می‌تواند به بار بیاورد افزوده می‌گردد. ۳- در عین حال، واردات موازی می‌تواند رفاه اقتصادی را کاهش دهد، در صورتی که تولیدکنندگان مبادرت به سیاست‌های قیمتی برای حذف تجارت موازی ورزند؛ مثل بالابردن قیمت خالص کالا بدون در نظر گرفتن سایر هزینه‌ها مثل هزینه حمل و نقل، بیمه و...<sup>۳</sup> (F. M. Abbott, 2<sup>nd</sup> Report p. 11) (2000) البته، این را نباید از یاد برد که در بازار رقابتی تولیدکنندگان کمتر می‌توانند به چنین سیاست قیمت‌گذاری مبادرت ورزند.<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup>. The game theory.

نظریه ای است که براساس آن، اقتصاددانان رفتار متقابل و استراتژیک دو مؤسسه خصوصی را بررسی می‌کنند. در این خصوص نک دکتر یوسف فرجی، پیشین، صص ۲۲۰-۲۲۴.

<sup>۲</sup>. در این خصوص برای توضیح بیشتر نک:

Keith E. Maskus and Yongmin Chen, Vertical Price Control and Parallel Imports, paper prepared for the joint NBER-ISIT International Trade Seminar, June 4-5, 1999; Keith E. Maskus, Intellectual Property Rights in the Global Economy, Institute for International Economics, Washington, DC, August 2000; pp.213-215.

<sup>۳</sup>. Ex manufacturer prices in countries of production.

<sup>۴</sup>. این پژوهش، همان‌گونه که خود محققین اذعان داشتند، از محدودیت دیگری رنج می‌برد: و آن، این است که سایر متغیرها را در نظر نمی‌گیرد. مثلاً، افزایش قیمت توسط تولیدکننده یا تولیدکنندگان آنها را با رقابت دیگر تولیدکنندگان رقیب مواجه می‌سازد (the threat of increased interbrand trade)

به طور کلی، صرف نظر از کمبودهای تحقیقاتی فوق الذکر، نظریات صاحب نظران و پژوهشهای یاد شده بالا بازتاب دو دیدگاهند: دیدگاهی که تلاش در حمایت از تولیدکنندگان و مالکین حقوق فکری هستند و دیدگاهی که بیشتر منافع بنگاه های خرده فروش و تجار موازی را در نظر می گیرد. در سطح کشوری اولی را کشورهای توسعه یافته نمایندگی می کنند و دومی را کشورهای در حال توسعه. نگاهی گذرا به قوانین و مقررات برخی از این کشورها چنین گرایشی را نشان می دهد. در عین حال، باید خاطر نشان ساخت هر دو دیدگاه ادعا دارند که رویکرد انتخابی آنها در نهایت موجب رفاه مصرف کننده خواهد شد.

#### قوانین و مقررات برخی از کشورها

در نظام حقوقی ایالات متحده آمریکا از اصل زوال ملی پیروی می شود و با اعمال این اصل که بیشتر موسوم به فروش اول است<sup>۱</sup> حق منع واردات موازی را به تولید کننده یا دارنده مالکیت فکری آمریکایی می دهد. براساس این اصل با فروش محصول، حق مالک نسبت به آن منتفی و بنابراین، نظارت و کنترل خود را بر این کالا از دست خواهد داد. این زوال فقط در سطح ملی صورت می گیرد و بنابراین، حق مالک را از منع ورود محصولات می که در خارج توسط وی یا اشخاص مجاز صورت گرفته باشد به ایالات متحده زایل نمی کند. البته در این خصوص استثنائاتی وجود دارد. مثلا، اگر مالک علائم تجاری داخلی (منظور علامت ثبت شده آمریکا باشد) و خارجی، یکی باشد (یعنی آمریکایی باشد) و یا وارد کننده از شرکت های فرعی شرکت مادر باشد در این صورت حق منع ورود منتفی می گردد- (Keith E. Maskus, 2000, pp.210) (211). غرض از استثنائات یاد شده تشویق و ترویج بنگاه های محلی در مبادرت به فعالیت های تحقیق و توسعه، سرمایه گذاری و در دراز مدت توسعه صنعتی ملی است. با تغییرات جزئی، آلمان و ژاپن نیز چنین رویکردی را دارند (Idem).

F. M. Abbott, 2<sup>nd</sup> Report (2000) p. 11.

<sup>۱</sup>. First – Sale Doctrine.



## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۹۳

رویه مشابهی را اتحادیه اروپا اتخاذ نموده است؛ با این تفاوت که اصل زوال را در سطح منطقه‌ای اعمال می‌کند. با اعمال این رویه اتحادیه بدو هدف می‌سد: هدف اول با عدم توسل به زوال ملی، جریان آزاد کالا و خدمات را در بازار مشترک یا بازار ملی کشورهای عضو تامین می‌کند. در عین حال، با اعمال زوال در سطح منطقه‌ای، یعنی ابقاء منع واردات موازی به بازار اتحادیه از تولیدکنندگان و مالکین کشورهای عضو اتحادیه حمایت می‌نماید. هدف نهایی بالا بردن سطح صنعتی و اقتصادی اتحادیه اروپاست.<sup>۱</sup> در خصوص کشورهای در حال توسعه می‌توان

<sup>۱</sup>. شایان ذکر است که نظام حقوقی اتحادیه در مواردی که اقتضاء داشته از اصل زوال پیروی نکرده و علی‌رغم عرضه محصول در بازار، زوال یا انتفاء حق انحصاری مالک را مورد شناسایی قرار نداده است. این رویه بیشتر در خصوص حقوق مرتبطی چون حق پخش صدا و سیما اعمال شده است. بهترین مصداق این مورد، حق پخش صدا و نمایش فیلم بود که به اعتقاد دیوان عدالت اتحادیه اروپا برخلاف دیگر انواع مالکیت فکری با یک بار استفاده یا عرضه در بازار منتفی نمی‌شود. اهمیت این رأی در این بود که دیوان با قبول تقسیم جغرافیایی بازار اتحادیه یا تجزیه آن، عملاً منع یا محدود نمودن واردات موازی را که در ظاهر امر مغایر جریان آزاد کالا و خدمات در بازار مشترک می‌باشد، مورد تأیید قرار داد. این دیدگاه در قضیه Codital منعکس شد. موضوع، پخش و نمایش فیلمی بود که در یکی از کشورهای عضو توسط شخصی، بدون داشتن مجوز از مالک صورت گرفته بود. امتیاز پخش این فیلم، پیش از این، در یکی از کشورهای عضو به شخص دیگری داده شده بود. ضمن این که شخص ثالث دیگری امتیاز پخش فیلم را به طور انحصاری در یکی دیگر از کشورهای عضو اتحادیه از مالک گرفته بود. (یعنی کشور عضوی که فیلم بدون مجوز پخش شده بود.) در توجیه اتخاذ این روی کرد، دیوان به ماهیت یا طبیعت ویژه صنعت پخش فیلم تأکید داشت. بنظر دیوان این طبیعت بیشتر مربوط می‌شود به اقتصادی یا تجاری بودن فیلم. یعنی کفایت یا کارایی برای تحصیل سود لازم، وابسته به پخش و نمایش مدام و مکرر فیلم که موضوع حق نسخه برداری است، می‌باشد. این بنظر دیوان با نشر و پخش موضوع منعکس در کتاب که به شکل مادی در جامعه پخش و توزیع می‌شود متفاوت است. با اعتقاد دیوان به اقتضای خصلتی که در صنعت پخش صدا و نمایش فیلم وجود دارد، تقسیم جغرافیایی حق پخش و نمایش میان کشورهای عضو مغایرتی با آزادی جریان خدمات ندارد و نمایش عمومی یک فیلم در یک کشور عضو با حق نمایش انحصاری آن در یک کشور عضو دیگر مداخله و مغایرتی ندارد.

Codital SA v. Cine-Vog Films, Case 62/79, [1980] ECR 881.

برای خلاصه قضیه نک:

F.M. Abbott, 1<sup>st</sup> Report, 1998, p. 625-626.

از هند، مکزیک، هنگ کنگ، مالزی و کره جنوبی نام برد که با اعمال اصل زوال بین‌المللی از واردات موازی حمایت کرده‌اند. (M. For syth & A. B. Amarnath, pp.36-41) (W. A. Rothnie, pp. 448-453) با عنایت به رویه‌های دوگانه و درعین حال متعارضی که کشورها اتخاذ کرده‌اند، اینک شایسته است که رویه‌ای که در این ارتباط سازمان جهانی تجارت اتخاذ نموده است مورد بررسی قرار گیرد.

#### مقررات سازمان جهانی تجارت

از جمله هدفهای اساسی سازمان جهانی تجارت ارتقاء سطح زندگی، تامین اشتغال کامل، افزایش درآمد واقعی و توسعه تولید و تجارت کالا و خدمات در کشورهای عضو می‌باشد. از شیوه‌های عمده رسیدن به این هدف‌ها، استفاده بهینه از منابع جهانی است که براساس موافقتنامه مؤسس سازمان باید، ضمن رعایت ملزومات زیست محیطی، مطابق با هدف‌های مقرر برای توسعه پایدار و مناسب با سطح توسعه کشورها صورت بگیرد. رویکرد یا مکانیسم خاصی در این راستا، پیش بینی نشده است. این سکوت بدون دلیل نیست. زیرا، پیش از این، موافقتنامه گات ۱۹۴۷ که قانون اساسی سازمان را تشکیل می‌دهد چنین رویکردی را پیش بینی کرده است. بند آخر مقدمه این موافقت‌نامه راه رسیدن به هدف‌های فوق را در کاهش اساسی تعرفه‌ها و دیگر موانع تجارت و حذف رفتارهای تبعیض آمیز در تجارت بین‌المللی می‌داند. بنابراین، می‌توان به این نتیجه رسید که قوانین و مقرراتی که واردات موازی را محدود می‌کنند از مصادیق موانع غیرتعرفه‌ای تجارت شمرده می‌شوند و با شرایط عمومی، ساختار و روح سازمان جهانی تجارت و موافقتنامه گات ۱۹۹۴ نمی‌توانند سازگار باشند. این را نیز می‌توان از بند ۱ ماده ۱۱ موافقت‌نامه گات ۱۹۹۴ استنتاج نمود. طبق این بند "کشورهای متعاقد نباید هیچ ممنوعیت یا محدودیتی را بجز عوارض، مالیات یا مخارج دیگر اعم از اینکه به صورت سهمیه، مجوزهای واردات یا صادرات و یا تدابیر

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۹۵

دیگری باشند، نسبت به محصولاتی که از قلمرو سایر کشورهای متعاقد وارد می شوند، وضع و ابقاء کنند.<sup>۱</sup>

البته این ممنوعیت مطلق نیست و در شرایط استثنایی به کشورهای عضو اختیار داده شده است که محدودیتهایی نسبت به ورود و خروج محصولات قائل شوند. یکی از این موارد استثنایی ضرورت حمایت از حق اختراع، حق بر علائم تجاری و حق نسخه برداری است که براساس بند دال ماده ۲۰ موافقت نامه گات<sup>۲</sup> کشورهای عضو مجاز به اتخاذ تدابیری برای محدود نمودن تجارت آزاد از جمله واردات شده اند. مع الوصف، این نوع محدودیت نباید موجب منع واردات موازی گردد. زیرا، منع واردات موازی لزوماً به معنای حمایت از حقوق مالکیت فکری نیست. علی الاصول، کالا یا محصول موضوع واردات موازی با رضایت مالک یا دارنده حق مالکیت فکری در بازار عرضه می شود و با عرضه و فروش آن، مالکیت مالک منتفی می شود. از آن گذشته، اگر هدف مالک، تامین برتری رقابتی خود بر خریداران و استفاده کنندگان محصول و یا تکنولوژی اش باشد، این را می توان با اعمال محدودیتهای جغرافیایی در قراردادهایی چون قراردادهای توزیع، لیسانس و فرانشیز اعمال نمود. بدون تردید، وجود چنین امکانات قراردادی

---

<sup>1</sup>. Article XI: 1 of GATT 1994:

"No prohibition or restrictions other than duties, taxes or other charges, whether made effective through quota, import or export licenses or other measures, shall be instituted or maintained by any contracting party

<sup>2</sup>."Article XX

General Exception

Subject to the requirement that such measures are not applied in a manner which would constitute a means of arbitrary or unjustifiable discrimination between countries where the same conditions prevail, or a disguised restriction on international trade, nothing in this Agreement shall be construed to prevent the adoption or enforcement by any contracting party of the measures:

(d) necessary to secure compliance with laws or regulations which are not inconsistent with provisions of this Agreement, including those relating to customs enforcement, the enforcement of monopolies operated under paragraph 4 of Article II and Article XVII, the protection of patents, trade marks and copy rights, and the prevention of deceptive practices. "

است که موجب شده، برخی از هواداران تجارت موازی، مقررات محدود کننده واردات موازی را تبعیض در قیمت و مغایر با اصل عدم تبعیض سازمان تجارت جهانی بدانند (F.M. Abbott, 1<sup>st</sup> Report, 1998, p. 632).

ماده اساسی مورد استناد آنها ماده ۳ موافقت نامه گات است که تبعیض به نفع کالاهای محلی کشور وارد کننده را منع می کند. در این خصوص استدلال قابل قبولی مطرح می کنند. به نظر آنها، چنانچه از ورود کالاهای وارداتی به بازار محلی براساس مالکیت فکری کشور وارد کننده جلوگیری شود، این ممنوعیت در اساس به معنای اولویت قائل شدن برای محصولات داخلی کشور وارد کننده خواهد بود. بنابراین، اگر مقرراتی که واردات موازی را منع می کنند مغایر با اصل رفتار ملی بدانیم در این صورت آن استثناء یا معافیتی را که در بند دال ماده ۲۰ برای محدود کردن واردات پیش بینی شده است، نمی توان توجیه نمود. زیرا، چنین تبعیضی حتما و لزوما نمی تواند برای حمایت از منافع دارندگان حقوق مالکیت فکری ضروری شمرده شود (F.M. Abbott, 1<sup>st</sup> Report, 1998, p. 633).

بدیهی است وضع ماده ۶ تریپس که مقرر می دارد هیچ چیز در این "موافقت نامه" [منظور موافقت نامه تریپس] نباید برای پرداختن به موضوع زوال حقوق مالکیت فکری به کار رود با مختار نمودن کشورهای عضو در اتخاذ یکی از اصول زوال (ملی، منطقه ای و یا بین المللی) امکان منع یا محدود کردن و یا تجویز واردات موازی را برای آنها بوجود آورده است. مع الوصف، هنوز صاحب نظرانی هستند که منع واردات موازی را مغایر با مقررات سازمان جهانی می دانند. از جمله استدلالات آنها احکام مقرر در ماده ۲۸ و ماده ۱۶ تریپس است. (Ibid, p.634)

ماده ۲۸ در فراز الف بند ۱ خود به مالک اختراع حق انحصاری منع ورود کالاها توسط اشخاص ثالثی که رضایت او را جلب نکرده اند، می دهد. در پاورقی ماده ۲۸، اعمال این حق انحصاری را ( یعنی حق مالک در جلوگیری از ورود کالا را) تابع یا منوط به رعایت ماده ۶ تریپس دانسته است. این می تواند بدین معنا تعبیر شود که مالک نمی تواند مانع واردات کالاهایی شود که قبلا

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۹۷

آنها را در بازار دیگر کشورها عرضه کرده باشد<sup>۱</sup>. (Jeff Atik & H. H. Lidgard, p. 1047.)

تفسیر تقریبا مشابهی را می‌توان در خصوص ماده ۱۶ به عمل آورد. براساس این ماده اشخاص ثالثی که رضایت مالک علامت تجاری را نداشته باشند نمی‌توانند علائم یکسان و مشابهی را، که استفاده شان موجب گمراهی می‌شود، در جریان تجارت استفاده کنند. همچنین طبق این ماده در صورت استفاده علامت یکسان [یا عین علامت] برای عین کالا یا خدمات احتمال گمراهی از پیش مفروض است. هواداران تجارت موازی با استفاده از مفهوم مخالف این ماده منع واردات موازی را مغایر با این ماده می‌دانند. به نظر آنها، مفهوم مخالف این ماده این است که اگر استفاده از علامت بر کالای مشابه یا یکسان با رضایت قبلی مالک باشد، مالک دیگر نخواهد توانست از ورود کالایی که قبلا معامله شده جلوگیری کند. زیرا، اولاً، رضایت قبلی مالک که به اشکال قراردادی (مثل توزیع، لیسانس، ویا فرانسیز) صورت می‌گیرد، حق مالک نسبت به آن کالای حامل علامت را منتفی می‌کند. ثانياً، پیش فرض گمراهی را در مواردی که رضایت مالک اخذ شده باشد نمی‌توان پذیرفت (F.M. Abbott, 1<sup>st</sup> Report, 1998, p. 634)

البته ماده‌های دیگری در مقررات تریپس وجود دارند که می‌توان با استناد به آنها منع یا محدودیت بر واردات موازی را محکوم نمود. از جمله آنها ماده ۵۱ این مقررات است. این ماده تحت عنوان "تعلیق ترخیص توسط مقامات گمرکی" مقرر می‌دارد که کشورهای عضو باید رویه‌هایی را اتخاذ کنند تا دارنده حق مالکیت فکری بتواند با داشتن دلایل معتبر مبنی بر این که کالاهای وارداتی دارای علائم تجاری تقلبی یا این که بدون مجوز نسخه برداری شده‌اند تعلیق ترخیص آنها را از مقامات ذیصلاح اداری یا قضایی بخواهد. پاورقی شماره ۱۳ ماده ۵۱ چنین الزامی را بر کالاهای وارداتی که قبلا در بازار کشوری با رضایت مالک عرضه شده باشند و یا کالاهای ترانزیتی قابل اجرا نمی‌دانند. در پاورقی شماره ۱۴ معیار تشخیص یا تعریف علامت تقلبی

<sup>۱</sup>. برای توضیح بیشتر نک:

Jeff Atik & H. H. Lidgard, "Embracing Price Discrimination: TRIPS and the Suppression of Parallel Trade in Pharmaceuticals" (2007)27, 4 U. Pa. J. Int'l Econ. L, pp.1043-75, (Legal Studies Paper No. 2007-8, January 2007, Law School, Los Angeles.) Also available at <http://ssrn.com/abstract=956682>.

و کالای نسخه برداری شده غیر مجاز را، نداشتن یا نبودن اجازه مالک می داند. به عبارتی دیگر، معیار وجود رضایت مالک که در معامله تجاری تجلی می یابد به معنای زوال بین المللی حق مالک نسبت کالای معامله شده و بنابراین، ممنوعیت مالک در منع واردات موازی خواهد بود. عدم پیش بینی حق منع واردات موازی توسط مالک در بخش مربوط به نسخه برداری مقررات تریپس و نیز در کنوانسیون برن از دیگر مصادیقی است که طرفداران اصل زوال بین المللی برای تجویز واردات موازی در سطح بین المللی بدان استناد می کنند. (Idem.)

علی رغم این موضوع، همان گونه که پیش از این توضیح داده شد، وجود ماده ۶ تریپس به کشورهای عضو این اختیار را داده که با عنایت به سطح توسعه و نیازهای صنعتی و اقتصادی شان اصل مقتضی را به منظور منع یا تجویز واردات موازی اتخاذ نمایند.<sup>۱</sup> بر همین اساس، همان طوری که دیدیم، کشورها برحسب این که توسعه یافته یا در حال توسعه باشند به ترتیب واردات موازی را در سطح ملی یا منطقه ای و یا بین المللی تجویز کرده اند.

#### قانون جدید ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری

بدیهی است ایران با عنایت به سطح توسعه صنعتی و اقتصادی و مزیت نسبی که در برخی از صنایع "کاربر" دارد می تواند با وضع قوانین و مقررات مقتضی ضمن بهره برداری از نیروی کار ارزان سرمایه و تکنولوژی مورد نیاز برای توسعه را جذب نماید. یکی از این برنامه ها وضع قانونی است که براساس آن بتوان موانعی که فراروی جریان آزاد کالا و خدمات قرار می گیرند، کاهش داد. از این مصادیق تامین آزادی واردات موازی است که اتخاذ اصل زوال بین المللی می تواند بدان جامه عمل بپوشاند.

<sup>۱</sup>. تفویض چنین اختیاری در قطعنامه دوحه مورد تاکید قرار گرفت:

"(d) The effect of the provisions in the TRIPS Agreement that are relevant to the exhaustion of intellectual property rights is to leave each Member free to establish its own regime for such exhaustion without challenge, subject to the MFN and national treatment provisions of Articles 3 and 4."

<sup>۲</sup>. Labour intensive.

## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۹۹

متاسفانه قانونگذار ایران در قانون جدید خود با وضع دو ماده ۱۵ و ۴۰ نه تنها، به چنین وظیفه مهمی تن در نداده است، بلکه با اتخاذ اصل زوال ملی راه را برای انحصار بازار ایران و منع ورود و صدور کالاها باز نموده است.

برای مثال، جزء ۱ بند ج ماده ۱۵ قانون ایران، "بهره برداری از کالاهائی [را] که توسط مالک اختراع یا با توافق او در بازار ایران عرضه می‌شود" مشمول "حقوق ناشی از گواهینامه اختراع" نمی‌داند. این بدین معناست که با معامله و فروش محصول در ایران، مالک یا فروشنده نمی‌تواند مانع باز فروش یا هرگونه انتقال بعدی آن توسط خریدار شود. ولی، در عوض می‌تواند از ورود همان کالا یا محصول از خارج جلوگیری کند. این به این معنا خواهد بود که بنا به حق انحصاری که مالک در تولید، توزیع و فروش محصول مثلاً دارو در سطح ملی دارد می‌تواند محصول را به قیمتی گران در بازار داخلی بفروشد و درعین حال از ورود همان کالا از خارج، که ممکن است به قیمتی کمتر در بازار داخلی بفروش رود، جلوگیری کند. این اصل، همان اصل زوال ملی است که نمی‌تواند موافق مصالح اقتصادی کشور باشد.

در ارتباط با حقوق علامت تجاری، بند ج ماده ۴۰ قانون جدید ایران اسلوب مشابهی را تبعیت کرده است. طبق این بند: "حقوق ناشی از ثبت علامت، اقدامات مربوط به کالاها و خدماتی را که توسط مالک علامت یا با موافقت او به کشور وارد و در بازار ایران عرضه می‌گردد، شامل نمی‌شود." این بدین معنا می‌تواند تلقی شود که وارد کردن کالا و عرضه آن در بازار ایران باعث زوال حق مالک نسبت به معاملات بعدی آنها می‌شود. این انعکاسی جز پذیرش اصل زوال ملی نمی‌تواند باشد. زیرا، مفهوم مخالف آن به این معنا خواهد بود که کالاها و خدمات مربوط را اشخاص ثالث نمی‌توانند بدون اجازه و رضایت مالک علامت وارد کشور کنند. به عبارتی دیگر، مقرر مزبور زوال را فقط در سطح ملی پذیرفته و حق منع واردات موازی را به مالک علامت داده است. این نیز، نمی‌تواند موافق مصالح اقتصادی کشور شمرده شود. البته تفسیر دیگری را می‌توان از این ماده به عمل آورد، بدین ترتیب که چنانچه بنگاهی ایرانی محصول را در خارج از کشور از مالک خریده باشد در این صورت می‌تواند آن را به ایران وارد کند. ولی، این عمل زمانی می‌تواند

انجام گیرد که براساس ماده مزبور، موافقت مالک علامت را گرفته باشد و این چیزی جز پذیرش اصل زوال ملی نمی‌تواند باشد. از این نظر، بسیاری از کشورهای در حال توسعه در قوانین داخلی خود مقرراتی را وضع کرده‌اند که در آنها مالک گواهینامه اختراع و مالک علامت تجارتي به صراحت از مبادرت به جلوگیری از واردات موازی منع شده‌اند.<sup>۱</sup>

### نتیجه‌گیری

در این مقاله تلاش شد "واردات موازی" و پیامدهای اقتصادی ناشی از تجویز و یا ممنوع کردن آن بررسی گردد. در این راستا، نخست، ابعاد اقتصادی و اجتماعی واردات موازی مطالعه و در پی آن، قوانین و مقررات برخی از کشورها از جمله ایران و در نهایت اصول و مقررات سازمان جهانی تجارت مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج حاصله از این تحقیق بترتیب زیرند:

در خصوص پیامدهای ناشی از منع یا تجویز واردات موازی، نظرات اقتصاددانان یکی نیست و تحقیقاتی که در این خصوص صورت گرفته، غیر مستند و مبتنی بر عقاید و اظهار نظرهای بنگاه‌ها و گروه‌های صنعتی بود. صرف نظر از این کمبود نتایج حاصله از این تحقیقات پیش بینی امکان یا احتمال بروز چند یا یکی از پیامدهای ذیل می‌باشد که تجویز واردات موازی یا اعمال اصل زوال بین‌المللی به دنبال خواهد داشت:

---

<sup>۱</sup>. برای مثال کشورهای عضو گروه آندآن (Andean Group) که شامل بولیوی، پرو، کلمبیا، اکوادور و ونزوئلا می‌شود در خصوص حق اختراع، مالک را از داشتن حق انحصاری واردات منع کرده‌اند و در ارتباط با علامت تجارتي، مالک را از مبادرت به منع واردات موازی بازداشته‌اند. دو ماده مربوطه به ترتیب زیرند:

Decision 85:

Article 28 ,

"The patent shall not confer an exclusive right to import the patented product or one manufactured under his patented process...

.....

Article 75:

The owner of a trademark may not object to the importation or entry of merchandise or products originating in another Member Nations, which carry the same trademark..."

[13 Int'l L. Matl's 1478, (1974)].



## واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۱۰۱

کاهش نسبی قیمت برای مصرف‌کننده؛ تاثیر منفی بر سود مورد انتظار تولیدکننده؛ افزایش اشتغال در بخش خرده فروشی و در عین حال کاهش آن در بخش تولید (زیرا، با تجویز واردات موازی این بخش از تجارت جایگزین صنعت تولیدی محلی آن کالا می‌گردد)؛ و از بین رفتن انگیزه در ارائه خدمات مرغوب توسط خرده فروشان مرتبط با تولید کنندگان.

به طور کلی، نظریات و نتایج حاصله، بازتاب دو دیدگاهند: دیدگاهی که تلاش در حمایت از تولید کنندگان و مالکین حقوق فکری دارند و دیدگاهی که بیشتر منافع بنگاه های خرده فروش و تجار موازی را در نظر می‌گیرد. در سطح کشوری، دیدگاه اول را کشورهای توسعه یافته نمایندگی می‌کنند و دیدگاه دوم را کشورهای در حال توسعه. نگاهی گذرا به قوانین و مقررات برخی از این کشورها چنین گرایشی را نشان می‌دهد. در عین حال، باید خاطر نشان ساخت هر دو دیدگاه ادعا دارند که رویکرد انتخابی آنها در نهایت موجب رفاه مصرف کننده خواهد شد.

در نظام حقوقی کشورهای توسعه یافته از دو اصل زوال ملی و زوال منطقه ای پیروی می‌شود و با اعمال این دو اصل، حق منع واردات موازی را به تولیدکننده یا دارنده مالکیت فکری می‌دهند. در مقابل، کشورهای در حال توسعه با اعمال اصل زوال بین‌المللی از واردات موازی حمایت کرده‌اند.

یکی از هدفهای سازمان جهانی تجارت، تامین تجارت آزاد است. یکی از راه های رسیدن به این هدف را سازمان و موافقت نامه گات، کاهش اساسی تعرفه ها و دیگر موانع غیر تعرفه‌ای می‌داند. براین اساس، قوانین و مقرراتی که واردات موازی را محدود می‌کنند می‌توان از مصادیق موانع غیرتعرفه ای تجارت و بنابراین، مغایر با شروط عمومی، ساختار و روح موافقتنامه گات و سایر مقررات سازمان جهانی تجارت تلقی کرد.

به دلیل اختلافاتی که کشورها در خصوص تجویز و یا منع واردات موازی دارند، سازمان جهانی تجارت، وفق ماده ۶ مقررات تریپس کشورهای عضو را مختار نموده که با عنایت به سطح توسعه و نیازهای صنعتی و اقتصادی شان اصل و یا رویه مناسب را به منظور منع یا تجویز واردات موازی اتخاذ نمایند. بر همین اساس، همان طوری که دیدیم، کشورها برحسب این که توسعه یافته یا در حال توسعه باشند بترتیب واردات موازی را در سطح ملی یا منطقه‌ای و یا بین‌المللی تجویز کرده‌اند. بدیهی است ایران با عنایت به سطح توسعه صنعتی و اقتصادی آن و مزیت نسبی که در برخی از صنایع "کاربر" دارد می‌تواند با وضع قوانین و مقررات مقتضی ضمن بهره برداری از نیروی کار ارزان سرمایه و تکنولوژی مورد نیاز برای توسعه را جذب خود نماید. یکی از این برنامه ها وضع

قانونی است که براساس آن بتوان موانعی که فراروی جریان آزاد کالا و خدمات قرار می‌گیرند، کاهش داد. از این مصادیق تامین آزادی واردات موازی است که اتخاذ اصل زوال بین‌المللی می‌تواند بدان جامه عمل بپوشاند.

متاسفانه قانونگذار ایران در قانون جدید خود با وضع دو ماده ۱۵ و ۴۰ نه تنها، به چنین وظیفه مهمی تن در نداده است، بلکه با اتخاذ اصل زوال ملی راه را برای انحصار بازار ایران و ممنوع ورود و صدور کالاها باز نموده است.

#### فهرست منابع

- دکتر یوسف فرجی، (۱۳۸۴). **کلیات علم اقتصاد**، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، وابسته به موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، صص ۷۳-۸۱.
- دکتر فیصل عامری، (۱۳۸۰). **"سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و نقش آن در انتقال تکنولوژی به کشورهای رشد یابنده"** مجله پژوهش حقوق و سیاست، پائیز و زمستان، شماره ۵، صص ۳۹-۶۵.
- دکتر فیصل عامری، (۱۳۸۸). **"نقدی بر قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری ۱۳۸۶ با عنایت به مقررات تریپس"** مجله پژوهش حقوق و سیاست، پائیز و زمستان، شماره ۲۷، صص ۱۲۹-۱۵۸.
- دکتر فیصل عامری، (۱۳۸۹). **"حقوق رقابت و توسعه"** مجله پژوهش حقوق و سیاست، پائیز، شماره ۳۰، صص ۱۱۵-۱۵۲.

- F. M. Abbott, (1998) **"First Report (Final) to the Committee on International Trade Law of the International Law Association on the Subject of Parallel Importation"**, Journal of International Economic Law, 607-636.

### واردات موازی و مقررات سازمان جهانی تجارت/۱۰۳

---

- F. M. Abbott, "**Second Report (Final) to the Committee on International Trade Law of the International Law Association on the Subject of the Exhaustion of Intellectual Property Rights and Parallel Importation**", Presented in London, July 2006, at 69<sup>th</sup> Conference of the International Law Association. Available at <http://ssrn.com/abstract=1921856>.
- F. M. Abbott, "**Parallel Importation: Economic and social welfare dimensions**", prepared for the Swiss Agency and Development Cooperation (SDC), June 2007, International Institute for Sustainable Development (IISD). Available at <http://www.iisd.org/>
- Avinash B. Amarnath,(2010), **A Study of Parallel Trade through the lens of Competition Law-Lessons for Indian**, Research Paper for the Competition Commission of India, June-July.
- Jeff Atik & H. H. Lidgard, "**Embracing Price Discrimination: TRIPS and the Suppression of Studies Paper No. 2007-8**, January 2007, Law School, Los Angeles.) Also available at <http://ssrn.com/abstract=956682>.
- Christopher B. Conley," **Parallel Imports: the Tired Debate of the Exhaustion of Intellectual Property Rights and why WTO should harmonize the haphazard laws of the international community**", Tulane University, Law School, May 2008.
- M. Forsyth & W. A. Rothnie, "Parallel Imports", in S. D. Anderman (ed.), **The Interface between Intellectual Property Rights and Competition Policy**, Cambridge University Press, 2007, pp. 429-465.
- Peter Ganea, "**Exhaustion of IP Rights: Reflections from Economic Theory**", February 2006, Max Planck Institute for Intellectual Property, Competition and Tax Law, Martallplatz, Munich, Germany.
- Damien Geradin and Nicolas Petit, **Price Discrimination under EC Competition Law: the need for a case –by-case Approach**, The Global Competition Law Centre Working Papers Series, GCLC Working Paper 07/05, College of Europe, Bruges, Belgium, Available at <http://www.gclc.coleurop.be>.
- **The Economic Consequences of the Choice of a Regime of Exhaustion in the Area of Trademarks**. Final Report of DGXV

---

of the European Commission, London, Prepared by NERA S. J. Bernwin & Co. and IFF Research, 8 Feb., 1999.

- Carsten Fink, "**Entering the Jungle: the exhaustion of intellectual property rights and parallel imports**", Competitive Strategies for Intellectual Property Protection, Fraser Institute in Santiago, Chile, and Buenos Aires, Argentina, April 19, 22, 1999.
- Malueg, D. A., M. Schwartz (1994) 37, "**Parallel Imports, Demand Dispersion, and International Price Discrimination**", Journal of International Economics, 167-95.
- Keith E. Maskus and Yongmin Chen, **Vertical Price Control and Parallel Imports, paper prepared for the joint NBER-ISIT International Trade Seminar, June 4-5, 1999.**
- Keith E. Maskus, **Intellectual Property Rights in the Global Economy, Institute for International Economics, Washington, DC, and August 2000.**
- Kimberly Reed, Levi Strauss v Tesco and E, U. Trademark **Exhaustion: A proposal for change**, (Fall 2002) 23, NW. J. Int.l L & Business, 139, at 176-179.