



شماره: الف / ۹۴ / ۱۴۱۷۸

تاریخ: ۱۳۹۴/۱۰/۲۰

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

مهم - آئی

بسمه تعالی

ریاست محترم انجمن ها / اتحادیه ها / سندیکاها / صندوق ها / فدراسیون ها / کنفدراسیون ها

سلام علیکم

اورز و پیرخانۀ انجمن صنایع لبنی ایران
شماره ۸۴۵۹-۹۴ تا ۲۰ تاریخ ۱۳۹۳

موضوع: بررسی پدیده بازار شکنی در بازار شرکت های دانش بنیان

احتراماً، به آگاهی میرساند، شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان با پدیده "بازار شکنی" یا "دامپینگ" به معنای کاهش معنادار قیمت در بازار به طور موقت به منظور خارج کردن رقبای فعلی از بازار مواجه هستند. از آنجا که هیچ گونه آماری از میزان خسارت تولیدکنندگان داخلی از پدیده بازار شکنی توسط شرکت های خارجی در دسترس نیست و این موضوع با توجه به فضای پسا تحریم و ورود روزافزون شرکت های خارجی به کشور، اهمیت دوچندانی یافته است.

امور شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان در طرحی با عنوان "بررسی پدیده بازار شکنی در بازار شرکت های دانش بنیان"، قصد دارد با شناسایی شرکت هایی که از پدیده بازار شکنی متضرر شده اند ابعاد این پدیده را بررسی نماید.

لذا خواهشمند است ضمن اطلاع رسانی مناسب به اعضاء محترم آن تشکل، دستور فرمایید به منظور دستیابی به مستندات ضرر و زیان تولیدکنندگان داخلی از پدیده فوق الاشاره و بر اساس فرم پیوست، مصادیق خسارات وارده را پس از تکمیل به نمابر شماره ۸۸۷۱۵۸۲۸ امور تشکل های اتاق تهران ارسال نمایند.

محمد عبدیان
مشاور و مدیر امور تشکلی ها

بسمه تعالی
حضرت محترم انجمن صنایع لبنی ایران
مراجعه جهت تکمیل فرم پیوست و ارسال آن



تهران: ۱۵۱۱۹ - خیابان خالداسلامبولی - پلاک ۸۲ - صندوق پستی: ۱۵۸۷۵/۲۸۱۸

تلفن: ۸۸۷۲۳۸۰۱۰۵ • شماره: ۸۸۷۲۰۴۶۱۰۲

www.tccim.ir • info@tccim.ir



فرم اطلاعات موارد بازارشکنی علیه تولیدکنندگان داخلی
 مفهوم «بازارشکنی» یا «دامپینگ» به معنای کاهش معنادار قیمت در بازار به طور موقت است که ناشی از ابعاد فنی تولید نباشد و تنها به منظور خارج کردن رقبای فعلی از بازار باشد. به طور طبیعی شرکت و یا فردی که اقدام به بازارشکنی می‌کند، باید پس از خروج رقبا از بازار با افزایش قیمت ضررهای گذشته خود را نیز جبران کند. چنانچه با چنین مسئله‌ای مواجه شده‌اید، خواهشمند است به منظور تکمیل مستندات مربوط به متضرر شدن تولیدکنندگان داخلی از «بازارشکنی» شرکت‌های داخلی یا خارجی، اطلاعات مربوط به شرکت و پدیده بازارشکنی را که موجب ضرر شرکت شما شده است، در ادامه اعلام نمایید.

قسمت اول

اطلاعات کلی شرکت

در این قسمت اطلاعات کلی شرکت خود را وارد نمایید.
 نام شرکت:
 حوزه فعالیت:
 سابقه فعالیت شرکت به طور مختصر:

محصولات تولیدی:
 سطح توانمندی تولید محصولات:
 توضیحات بیشتر:

قسمت دوم

اطلاعات پدیده بازارشکنی

در این قسمت جزئیات پدیده بازارشکنی که از آن متضرر شده‌اید را وارد نمایید. هرچه جزئیات بیشتر و دقیق‌تر باشد، برای پیگیری‌های بعدی و وضع قوانین حمایتی مناسب‌تر کمک بیشتری خواهد کرد.

محصول تولیدی: _____
 تولیدی: _____
 قیمت محصول تولید کننده داخلی: _____
 بازارهای جهانی: _____
 قیمت محصول شرکت بازارشکن در بازار: _____
 نام شرکت: _____
 کشور (چنانچه شرکت خارجی است): _____
 شرح داستان متضرر شدن: _____

اقدامات انجام شده برای مقابله با بازارشکنی واقع شده:

مبلغ تخمینی ضرر: _____
 زمان وقوع پدیده: _____
 وضعیت نهایی شرکت در محصول مورد بازارشکنی واقع شده پس

از اتمام فرآیند بازاریابی، و همچنین وضعیت کلی بازار:

قسمت سوم

معرفی شرکت‌های دیگری که تجربیات مشابه داشته‌اند در این قسمت اگر شرکتی را می‌شناسید که با پدیده بازاریابی مواجه شده‌اند، اطلاعات و شماره تماس آن را بنویسید.

قسمت چهارم

سیاست‌های پیشنهادی

در این قسمت اگر پیشنهادی برای جلوگیری از این پدیده و مشابه آن در آینده دارید وارد نمایید.