

فرم اطلاعات موارد بازاریابی علیه تولیدکنندگان داخلی

مفهوم «بازار شکنی» 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 بازار شکنی می کند، 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 «بازار شکنی» شرکت‌های داخلی یا خارجی، اطلاعات مربوط به شرکت و پدیده بازار شکنی 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 بازاریابی

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

محصول تولیدی: سطح فناوری محصول تولیدی:

قیمت محصول تولید کننده داخلی: قیمت محصول در بازارهای جهانی:

قیمت محصول شرکت بازاریاب در بازار:

نام شرکت: کشور (چنانچه شرکت خارجی است):

شرح داستان متضرر شدن:

اقدامات انجام شده برای مقابله با بازاریابی واقع شده:

مبلغ تخمینی ضرر: زمان وقوع پدیده:

وضعیت نهایی شرکت در محصول مورد بازاریابی 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 می شناسید 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.