

## دامپینگ و مهمترین اهداف به کارگیری دامپینگ

یکی از واژگان خاص اقتصادی که در تجارت بین المللی جایگاهی ویژه دارد دامپینگ یا ارزان فروشی است که از کلمه Dump به معنای ارزان فروختن و به طور کلی فروش یک کالا در یک بازار خارجی با قیمتی کمتر از هزینه های نهایی تولید آن کالا در کشور عرضه کننده صورت می گیرد.

هدف اصلی دامپینگ، کسب مزیت در رقابت با دیگر عرضه کنندگان همان کالا در مبادلات بین المللی است.

### انواع دامپینگ:

۱- دامپینگ مستمر یا دائمی (بلند مدت)

۲- دامپینگ مخرب یا غارتگر (کوتاه مدت)

۳- دامپینگ تصادفی (فصلی)

### دامپینگ مستمر

این نوع دامپینگ ناشی از تمایل یک انحصارگر داخلی برای حداکثر نمودن سود خود با فروش کالا به قیمتی بالاتر در بازار داخلی و معمولاً در مورد کالاهایی است که با افزایش تولید آنها هزینه نهایی تولید کاهش می یابد و بنگاه تولیدی محصول خود را با قیمتی کمتر از قیمت داخلی در خارج از کشور به فروش می رساند.

### دامپینگ مخرب یا غارتگر

عبارت است از فروش موقتی کالا در خارج به قیمت کمتر از فروش داخل یا حتی با ضرر و فروش آن به قیمت کمتر از هزینه های تولید برای بیرون راندن رقبای دیگر و یا از بین بردن صنعت داخلی یک کشور که پس از بی رقیب شدن در بازار کالای مکرر، قیمت ها جهت کسب سود حاصل از قدرت انحصاری بالا می رود.

### دامپینگ تصادفی

فروش اتفاقی یک کالا در بازار خارجی به قیمت کمتر از بازار داخلی ، برای تخلیه مازاد پیش بینی نشده کالاها که با توجه به تغییر فصل در بازار داخلی ، مشتری نداشته و برای اینکه این مازاد باعث کاهش قیمت در بازار داخلی نشود و در واقع وقتی اضافه تولید فروخته شود، دامپینگ متوقف می گردد.

## مهمترین اهداف به کارگیری دامپینگ

- ۱- بیرون کردن رقبای خارجی و به دست آوردن انحصار بازار حتی با تحمل زیان های کوتاه مدت
- ۲- کاهش مازاد موقتی ذخائر کالا به منظور جلوگیری از پایین آمدن قیمت های داخلی و در نتیجه درآمد تولیدکنندگان
- ۳- به دست آوردن سهمی از بازار کالای مربوطه
- ۴- کاهش ضررهای مربوط به کالای فاقد قابلیت رقابت و فروش

لازم به ذکر است که پایین بودن قیمت کالاهای وارداتی نسبت به قیمت های داخلی و یا قیمت های صادراتی نسبت به قیمت مشابه مصرفی در داخل لزوماً به معنی ریسک نیست.