

Cena nierynkowa bez uzasadnienia

Cena towaru oferowanego przez kontrahenta znacząco odbiega od ceny rynkowej bez ekonomicznego uzasadnienia

📅 28.11.2023



Jeśli twoje relacje handlowe z kontrahentem nie są ugruntowane, sprawdź, czy oferowana ci cena towarów przystaje do realiów rynkowych w momencie transakcji. Atrakcyjna cena wymaga dodatkowej ostrożności w stosunku do partnera handlowego, przy czym najważniejsze jest nie tyle samo obniżenie ceny, ale to, czy istnieje ekonomiczne uzasadnienie dla takiego zachowania kontrahenta. Weź pod uwagę branżę, etap obrotu (hurt, duży hurt, itp.) i jego wielkość. Znacząca różnica między ceną oferowaną przez kontrahenta a ceną rynkową może wskazywać, że celem transakcji nie było osiągnięcie zysku przez kontrahenta.

Przykłady:

1. nowo powstały podmiot oferuje atrakcyjną cenę w porównaniu do cen konkurentów, którzy działali na danym rynku przez wiele lat (np. duży dystrybutor danego towaru nie jest w stanie zaoferować ceny porównywalnej z tą proponowaną przez kontrahenta),
2. bardzo okazjną cenę proponuje kontrahent, który jest relatywnie małym przedsiębiorcą na danym rynku (nie dotyczy producentów danego towaru). Dlatego standardowo nie powinien uzyskiwać dużego rabatu z uwagi na poziom obrotów – od producenta lub dystrybutora tego towaru – który uzasadniałby niską cenę.

Oczywiście istnieją sytuacje, kiedy niska cena, która odbiega od ceny rynkowej, ma ekonomiczne uzasadnienie. To np. różne akcje promocyjne, w tym takie, które były potwierdzone publiczną ofertą (strony www, portale branżowe) lub programem lojalnościowym.