

Ceny w polskim internecie mogłyby być znacznie niższe, gdyby nie naciski ze strony dystrybutorów

Coraz częściej do opinii publicznej docierają sygnały na temat prób wywierania wpływu na politykę handlową pojedynczych sklepów przez dystrybutorów.

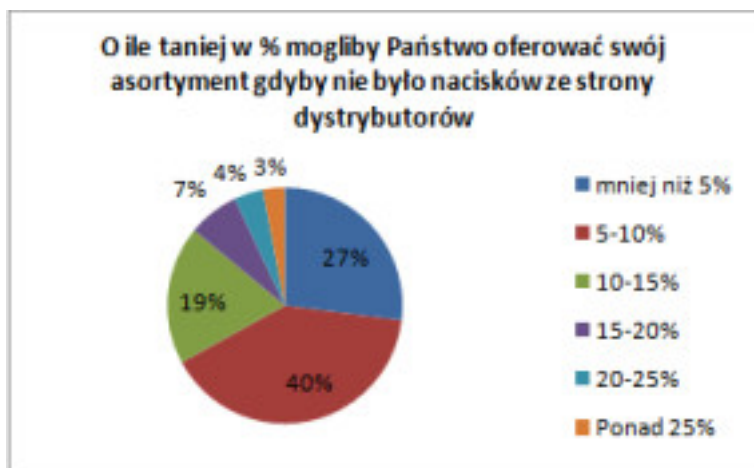
Porównywarka Nokaut.pl współpracująca z 3200 sklepami internetowymi przeprowadziła wśród nich anonimową ankietę na temat tego zjawiska. Blisko 60% sklepów zetknęło się ze zjawiskiem ustalania cen przez producentów. Co więcej, ponad połowa z nich deklaruje, że gdyby nie te naciski, to mogliby obniżyć ceny o 5 do 15%.

Narzucanie cen to zjawisko powszechne

Nokaut.pl zapytał współpracujące z nim sklepy czy spotkały się z sytuacją w której ceny detaliczne produktów byłyby z góry narzucane przez dystrybutora. 59% spośród 535 sklepów, które odpowiedziały na pytania potwierdza, że spotyka się z takimi praktykami. Dotyczy to przede wszystkim sklepów oferujących produkty z kategorii takich jak „Dom i ogród”, „Sport i hobby”, „Sprzęt RTV i foto” czy „Dla dzieci”.

Mogłoby być taniej

73% sprzedawców, którzy spotkali się ze zjawiskiem zmowy cenowej otwarcie zadeklarowało, że gdyby nie naciski ze strony dystrybutorów, obniżyliby ceny oferowanych produktów o co najmniej 5%. Warto zauważyć, że to praktycznie 43% ankietowanych sklepów. Prawie 60% sklepów deklaruje obniżenie cen od 5 do 15% w przypadku gdyby całkowicie swobodnie mogły kształtować swoją politykę handlową.



Sposoby na niesforne sklepy

60 procent respondentów na pytanie „Czy zablokowano lub grożono Państwu zablokowaniem dostaw w związku z polityką cenową Państwa sklepu?” odpowiedziało twierdząco. Najczęściej wymienianymi problemami z którymi spotykały się sklepy ze względu na oferowanie produktów w „za niskich cenach” są:

Problemy z dostawą – 36%

Ostrzeżenia od dostawców i zarzuty od sklepów tradycyjnych - 13%

Gorsze warunki u dostawcy, np. brak rabatów - 13%

Zakaz używania zdjęć produktów - 5%

Za granicą taniej

Sklepy internetowe w poszukiwaniu niższych cen i obejścia ograniczeń zaczynają importować towar od zagranicznych dystrybutorów - przede wszystkim z Niemiec. 29% ankietowanych sklepów już dziś korzysta z oferty zagranicznych dostawców, a kolejne 13% deklaruje rozpoczęcie takiej współpracy w najbliższym czasie. Do najważniejszych argumentów przemawiających za importem produktów należą niższe ceny i brak ograniczeń dotyczących polityki

sprzedaży.

Nie wszyscy są zgodni...

Część sprzedawców ceni sobie mechanizm ustalania cen. Twierdzą, że jest to sposób na zwiększanie zysków i ograniczanie zażartej konkurencji cenowej na rzecz konkurencji jakościowej.

Zdaniem właścicieli sklepów

Poniżej prezentujemy wybrane opinie przedstawicieli sklepów na temat zjawiska „zmowy cenowej”

„Nie uważam, żeby zjawisko dyktowania cen przez dystrybutorów i producentów było czymś negatywnym. Wręcz przeciwnie, uważam, że to jedyny sposób żeby dalej zarabiać. W sieci pojawiło się mnóstwo sklepów, które zbijają cenę sprowadzając marżę do śmiesznie niskiego poziomu.”

„Od kiedy rozpoczęliśmy sprzedaż w Internecie (3 lata temu) praktycznie 80 % producentów i dystrybutorów (do tej pory kilkadziesiąt firm) próbowało narzucać nam zmony cenowe, grożąc odmową sprzedaży ich produktów. Stawiało to nasz biznes na krawędzi. Jedyne skutecznym "środkiem perswazji" była groźba z naszej strony, że jest to łamanie prawa i że skierujemy sprawę do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. (...) Skutkowało, ale po cichu dalej jesteśmy dyskryminowani. Mamy wyższe ceny zakupu - brak rabatów, towaru chodliwego nie zawsze starcza dla nas, pojawiają się dziwne problemy z logistyką, itp. Taka jest cena uczciwości i rzetelnego prowadzenia interesów w Polsce. (...) Tylko ludzie oderwani od życia (...) mogą twierdzić, że w naszym kraju nie mamy powszechnych zμών cenowych i układów”

Nokaut.pl