



RAPORT

Ceny Produktów Dla Firm

„Koszyk PP” – gdzie najtaniej zaopatrzyć firmę w niezbędne materiały biurowe

III kwartał 2011 roku

I. Wstęp

Notowana na NewConnect Spółka Power Price – operator platformy transakcyjnej pozwalającej na skracanie łańcucha dostaw między odbiorcami a producentami, przeprowadziła badania na temat cen artykułów biurowych. Głównym celem jaki przyświecał autorom raportu – było wykazanie jakie różnice na poszczególnych produktach są spotykane na rynku i gdzie najtaniej można zaopatrzyć firmę czy biuro w najpotrzebniejsze produkty.

W trakcie naszego badania powstał koszyk produktów, w które niemal każda firma zaopatruje się cyklicznie. Nasze badanie planujemy powtarzać co kwartał, dzięki czemu będziemy również obserwować zmiany cen w czasie i porównywać je choćby z publikowaną przez GUS inflacją. Mamy nadzieję, że pozwoli to w przyszłości szacować i kalkulować budżety firm i będzie pomocnym narzędziem dla kadry zarządzającej

Na cenę poszczególnych produktów składa się koszt ich wytworzenia, marża producenta oraz koszt transportu i ewentualne prowizje. W wielu przypadkach do tej ostatecznej ceny należy dodać marżę pośredników i opłaty ponoszone w kolejnych łańcuchach dostaw.

Warto zwrócić uwagę, że częstą praktyką sprzedawców jest oddzielenie ceny produktu od kosztów dostawy – które nie odpowiadają stawkom rynkowym za te usługi. Tym samym, skuszeni atrakcyjną ceną dokonujemy zakupów płacąc w momencie dostawy już nie tak atrakcyjną cenę jak początkowo sądziliśmy. Na rynku zdarzają się również ukryte prowizje, a ceny promocyjne oferowane przez część dostawców nie zawsze odpowiadają cenie ostatecznej jaką płacą firmy. Mamy nadzieję, że dzięki tej publikacji – osoby które odpowiadają za zamówienia w wielu firmach będą mogły odnaleźć ciekawe informacje i będzie to przydatne narzędzie w ich pracy. Wierzymy, że niniejszy raport będzie ciekawą publikacją, która na trwałe wpisze się w pracę tych osób.

II. Metodologia

Badanie cen zostało przeprowadzone w dniach 15 lipca-15 sierpnia 2011 roku przez konsultantów Power Price S.A. Do badania wybraliśmy Office Depot i Lyreco. Do tego grona dołączyliśmy sieć dyskontową Makro Cash, w której tradycyjnie zaopatruje się wielu przedsiębiorców oraz portal Allegro, mający opinię portalu, który oferuje najatrakcyjniejsze ceny. Ofertę tych dostawców porównaliśmy z ofertą dostępną na platformie Power Price. Taki dobór dostawców gwarantuje, że uzyskaliśmy – wiarygodny i wartościowy obraz rynku dostawców materiałów biurowych.

W podstawowym zestawieniu prezentowane są ceny po rabatach i bez kosztów dostawy. Pozwala to porównać najniższe ceny oferowane przez dostawców i jednocześnie jest

najbardziej obiektywną formą prezentowania kosztów jakie ponoszą firmy. Ponieważ porównujemy ceny zarówno dostawców bezpośrednich, sklepy gdzie samemu dokonuje się zakupów oraz takich dostawców, gdzie dostawa często jest integralną częścią usługi – porównanie cen wraz z kosztami dostawy w oczywisty sposób faworyzowałoby firmy, które oferują darmową dostawę (np. Power Price) lub ich model biznesowy nie zakłada takiej usługi (Macro Cash).

Koszyk produktów został opracowany na podstawie analizy zapytań i zamówień składanych na platformie Power Price uzupełniony o produkty, które są najczęściej cyklicznie zamawiane przez typowe biuro, czy małą firmę. W porównaniu ujęto produkty identyczne, a gdy takich nie było w ofercie wszystkich dostawców – brano pod uwagę produkty o takich samych parametrach. W kilku przypadkach – gdy danego produktu spełniającego parametry brak było w asortymencie danego dostawcy – do zestawienia – by zachować porównywalność całego koszyka zostały użyte ceny u najtańszego dostawcy.

By zachować wartość porównawczą zestawienia w metodologii przyjęto również założenie, że różnica w cenie za pojedynczy produkt w zestawieniu pomiędzy najtańszym a najdroższym dostawcą nie powinna wynosić więcej niż 100 zł, z uwagi na fakt, że większość produktów ma niewielką wartość i taka różnica w przypadku pojedynczego produktu wypaczyłaby ostateczną wartość oferty danego dostawcy.

W zestawieniu za III kwartał mieliśmy do czynienia z jednym takim przypadkiem. Dyspenser do folii Stretch w ofercie Power Price kosztuje 10,59 zł netto. Produkt o tych samych parametrach z oferty Office Depot kosztuje zaś 152,99 zł. Z kolei u dwóch innych dostawców cena tego produktu nie okazał się aż tak drastycznie wysoka.

III. „Koszyk PP”

W zestawieniu podstawowym „Koszyka PP” pod uwagę brano najniższe możliwe do osiągnięcia ceny po rabatach i bez kosztów dostawy (również w przypadku Allegro). W zestawieniu znalazły się zarówno produkty, które są zamawiane cyklicznie, takie jak bloczki samoprzylepne, folie bąbelkowe, koszulki na dokumenty oraz papier ksero i kancelaryjny. W zestawieniu nie mogło również zabraknąć przyrządów do pisania – zakreślaczy i cienkopisów, oraz zamawianych cyklicznie do małych biur herbat i płynu do zmywania naczyń.

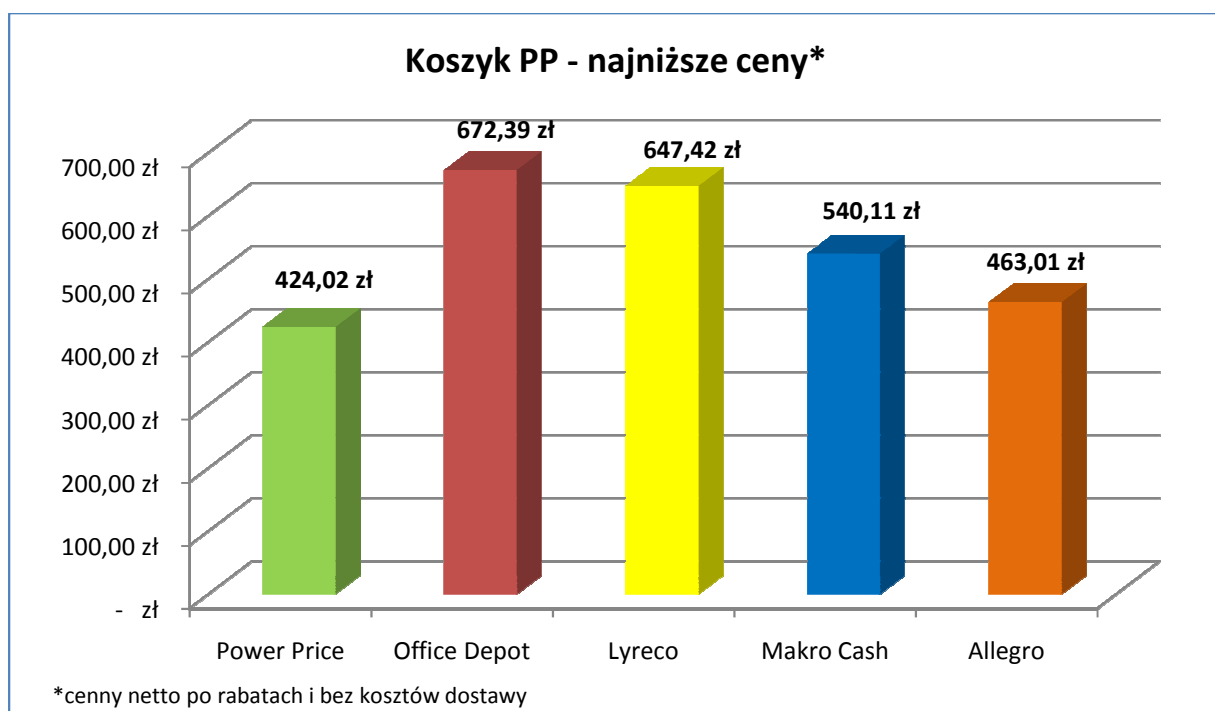
Warto zwrócić uwagę, że w przypadku najdroższego dostawcy w porównaniu z najtańszym różnice w wycenie koszyka wynoszą ponad 40 proc. Co oznacza że przy miesięcznych zamówieniach na poziomie 10 000 zł – firma wybierając najtańsze rozwiązanie – może oszczędzić nawet ponad 4 000 zł.

Poniżej prezentujemy ceny poszczególnych produktów w zależności od dostawców:

Lp.	Produkt	Parametry (wszystkie ceny za jednostkę – szt. kg. metr, opakowanie itp.)	Power Price	Office Depot	Lyreco	Makro Cash	Allegro
1.	BLOCZEK SAMOPRZYLEPNY	Stick'n Notes 76x76mm 100 karteczek pastelowy żółty	0,91 zł	4,49 zł	5,09 zł	4,99 zł	1,02 zł
2.	BLOK DO FLIPCHARTA	w kratkę z perforacją 20 kartek 70 g/m2	6,83 zł	21,20 zł	24,50 zł	13,29 zł	11,38 zł
3.	CIENKOPIS	STABILO point 88	1,26 zł	1,99 zł	1,75 zł	1,54 zł	1,46 zł
4.	DESKA Z KLIPEM	Dla formatu A4.	2,67 zł	5,29 zł	5,65 zł	4,79 zł	3,41 zł
5.	DYSPENSER DO FOLII STRETCH	SP-50	10,59 zł	10,59 zł	16,89 zł	10,59 zł	17,88 zł
6.	FLIPCHART	70x100 cm	172,99 zł	189,99 zł	223,50 zł	185,00 zł	152,85 zł
7.	FOLIA BABELKOWA	w rolce 50cm x 100m pęcherzyki 10/4mm	0,19 zł	1,25 zł	1,06 zł	1,82 zł	0,16 zł
8.	FOLIA STRETCH RĘCZNA	bezbarwna 23 mikrony szer. 50cm 1,5 kg	5,29 zł	13,24 zł	7,84 zł	8,33 zł	6,10 zł
9.	HERBATA	DILMAH Ceylon Gold 100x2g	16,14 zł	16,14 zł	19,95 zł	27,99 zł	19,50 zł
10.	IDENTYFIKATOR KONFERENCYJNY	50 szt. klips z agrafką	10,24 zł	29,89 zł	24,50 zł	14,50 zł	10,98 zł
11.	KOSTKA BIUROWA	biała 8,5x8,5x4 cm	1,01 zł	5,19 zł	4,25 zł	1,89 zł	2,03 zł
12.	KOSZULKI NA DOKUMENTY	ESSELTE groszkowe format A4 40 mic. 100 szt.	4,34 zł	14,99 zł	13,90 zł	14,95 zł	6,99 zł
13.	KRZESŁO KONFERENCYJNE	ISO Black	45,48 zł	112,09 zł	76,90 zł	67,99 zł	45,93 zł
14.	OFERTÓWKI	format A4; krystaliczne; 140 mic.	0,28 zł	0,54 zł	0,30 zł	1,06 zł	0,52 zł
15.	PAPIER KANCELARYJNY	format A4; w kratkę; 500 arkuszy	11,57 zł	11,57 zł	19,86 zł	15,99 zł	13,82 zł
16.	PAPIER KSERO	Pollux; format A4; gramatura 80g/m2; ryza 500 kartek	9,64 zł	11,99 zł	10,90 zł	9,99 zł	9,51 zł
17.	PAPIER KSERO	Pol-speed; format A4; gramatura 80g/m2; ryza 500 kartek	9,20 zł	11,29 zł	10,20 zł	9,79 zł	9,15 zł
18.	PŁYN DO MYCIA NACZYŃ	LUDWIK; miętowy; 5l	17,68 zł	29,59 zł	22,00 zł	13,99 zł	16,75 zł
19.	PODKŁADKA POD MYSZ	FELLOWES; Earth Series	12,07 zł	23,89 zł	18,69 zł	12,07 zł	15,45 zł
20.	POJEMNIK NA KOSTKĘ BIUROWĄ	bezbarwny; 8x8x8cm ok. 700 karteczek	3,08 zł	10,19 zł	6,90 zł	4,49 zł	8,13 zł
21.	PÓŁKA/SZUFLADKA NA DOKUMENTY	format A4; kolor dymna lub przezroczysta	3,25 zł	4,79 zł	11,50 zł	5,29 zł	3,66 zł
22.	REKLAMÓWKI HDPE	30+7,5 / 55cm 200szt.	8,69 zł	12,58 zł	12,69 zł	20,75 zł	6,83 zł
23.	ROLKA KASOWA	termoczuła szer. 28mm dł. 30m	0,33 zł	0,59 zł	0,49 zł	0,39 zł	0,49 zł
24.	SEGREGATOR	format A4; mechanizm dźwigniowy; grzbiet 75mm	2,87 zł	5,79 zł	7,54 zł	5,94 zł	3,37 zł
25.	SPRAY DO CZYSZ. TABLIC	220 ml - 250 ml	6,70 zł	8,49 zł	12,95 zł	16,99 zł	13,74 zł
26.	SPRĘŻONE POWIETRZE	FELLOWES-200ml	10,80 zł	23,29 zł	22,59 zł	7,99 zł	28,45 zł
27.	TAŚMA PAKOWA	na kleju kauczuk naturalny 48mm x 66m	2,39 zł	4,49 zł	3,65 zł	2,88 zł	1,83 zł
28.	TECZKA ZAWIESZKOWA	ESSELTE Pendaflex	40,64 zł	78,09 zł	52,50 zł	44,75 zł	44,72 zł
29.	ZAKREŚLACZ	TABILO BOSS ORIGINAL	2,53 zł	2,99 zł	2,98 zł	3,39 zł	2,03 zł
30.	ZAKREŚLACZ KOMPLET	komplet 4 kolory KAMET Orion	4,38 zł	5,89 zł	5,90 zł	6,69 zł	4,87 zł
RAZEM			424,02 zł	672,39 zł	647,42 zł	540,11 zł	463,01 zł

Legenda:- Pola niebieskie oznaczają brak ceny u dostawcy. By zachować pełną porównywalność użyto najniższą cenę dostępną w zestawieniu za dany produkt. Wszystkie ceny są cenami netto. Zielonym kolorem oznaczono ceny najniższe w przypadku pojedynczego produktu. Kolorem żółtym oznaczono cenę za produkt znacząco (ponad 100 zł) odbiegającą od ceny dostępnej u najtańszego dostawcy. By zachować porównywalność zestawienia użyto cenę najniższą. Wszystkie ceny są cenami netto.

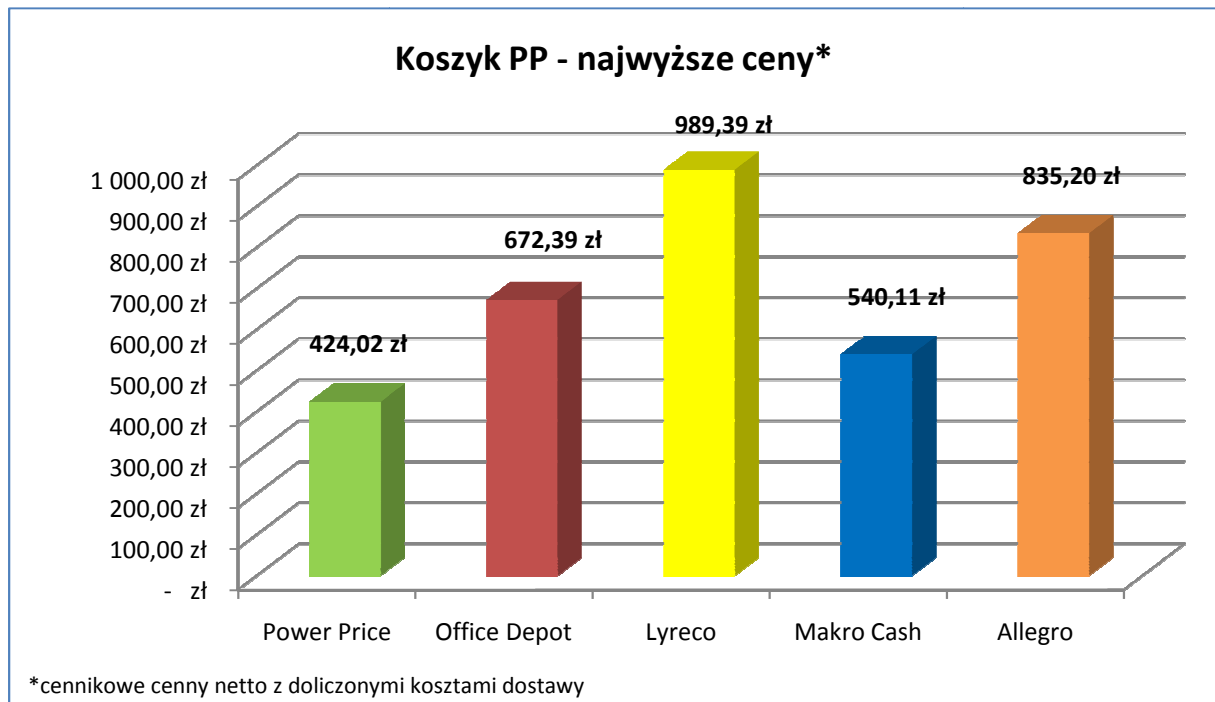
Na wykresie prezentowane są kwoty netto jakie trzeba ponieść by zakupić koszyk produktów prezentowany w zestawieniu. Najtańszą ofertę oferują platformy internetowe – Power Price i Allegro. Zaskoczeniem może być fakt, że Macro Cash niewiele im ustępuje. Na tym tle ofertę o ponad 200 zł, mają firmy, które swój model biznesowy oparły o zaopatrywanie biur w potrzebne produkty – Office Depot i Lyreco.



Różnice w cenach proponowanych klientom stają się jeszcze bardziej wyraźne – gdy porównamy oferty cennikowe bez rabatów wraz z kosztami dostawy. Z uwagi na znaczne koszty dostawy w przypadku Allegro – oferta dostawców korzystających z tego kanału dystrybucji staje się dużo mniej atrakcyjna.

Bardzo silną pozycję cenową zachowuje zaś Makro Cash – który nie stosuje rabatów przy zakupach. Dodatkowo w przypadku tej firmy nie mamy do czynienia z kosztami dostawy. Podobna sytuacja ma miejsce również w przypadku oferty Office Depot. Również oferta Power Price jest bardzo atrakcyjna w tym zestawieniu, gdyż ceny oferowane klientom zawsze zawierają już rabaty – jakie platforma wynegocjowała z dostawcami zaś opłaty za transport zostały całkowicie zniesione na tej platformie. W przypadku oferty Lyreco mamy do czynienia ze znacznym wzrostem ceny koszyka z uwagi na brak

rabatów.



IV. Informacje o Power Price

Power Price S.A., jest spółka, która prowadzi platformę e-commerce przeznaczoną do wymiany handlowej pomiędzy producentami lub dystrybutorami a klientami końcowym. Strategia rozwoju Power Price S.A. zakłada rozwój platformy handlowej Power Price S.A., która ma na celu skracanie łańcucha dostaw dla firm, a następnie zaoferowanie analogicznych funkcjonalności klientom indywidualnym. Klienci platformy poza cenami producenta mogą liczyć także na „rabat indywidualny” – uzależniony od wielkości pojedynczego zamówienia, oraz „rabat grupowy” – przyznawany po zakończeniu miesiąca za osiągnięcie przez wszystkich kupujących dany produkt pułapu sprzedaży określonego przez producenta tego produktu.

Na platformie Power Price dostępnych jest ponad 12 tys. artykułów dedykowanych dla firm, a to co wyróżnia ją na tle innych systemów zakupów grupowych jest przekazywanie wszystkich wynegocjowanych od producentów rabatów klientom końcowym, bez czerpania z tego faktu dodatkowej marż – Power Price niezależnie od ceny produktu i przyznanych mu rabatów zawsze pobiera stałą opłatę technologiczną w wysokości 4%.

W ostatnim czasie firma zlikwidowała całkowicie opłatę za koszty transportu. Promocja, którą wprowadziła Power Price obejmuje wszystkich klientów platformy niezależnie od wielkości składanych zamówień i kubatury towarów. Power Price likwiduje sukcesywnie również minima logistyczne dla swoich klientów. Minima logistyczne obowiązują u większości dostawców i sklepów oferujących towary w cenach producentów i wynikają z umów z dostawcami, którzy niezbyt chętnie dostarczają niewielkie ilości towarów. Power Price w trakcie negocjacji z dostawcami zlikwidowała niemal wszystkie obowiązujące dotąd minima logistyczne na towary dostępne na platformie.

V. Podsumowanie

Dzięki badaniu przeprowadzonemu przez Power Price na temat cen, można wskazać obszary w jakich będzie się rozwijał rynek dostawców dla firm i materiałów biurowych. Coraz atrakcyjniejsza oferta cenowa jaką oferują platformy zakupów grupowych, czy portale aukcyjne – będzie powodowała presję na tradycyjnych dostawców i sklepy wielkopowierzchniowe. O ile różnice w cenach na poziomie 5-10 proc. są zwykle do zaakceptowania dla większości firm, które doceniają np. wartości dodane (serwis, usługi dodatkowe), o tyle dysproporcje sięgające 40 proc. mogą spowodować, że również dostawcy czy sklepy tradycyjne będą zmuszone obniżyć ceny oferowane klientom – co z pewnością przyczyni się na oszczędności dla klienta końcowego. Wraz z kolejnymi raportami na temat cen produktów, będziemy śledzili jak zmieniają się ceny producentów i jak zmieniają się marże dystrybutorów. Mamy nadzieję, że wskaźnik jakim jest „koszyk PP” pozwoli również na oszacowanie tendencji kosztów w firmach – a co za tym idzie – na ile mogą one być konkurencyjne i zyskowe.