

Sklep najtańszy rok:	2005	2004
Auchan	1.	1.
real	2.	8.
Carrefour	3.	3.
Kaufland	4.	2.
E.LECLERC	5.	4.
Géant	6.	7.
TESCO	7.	5.
hypernova	8.	6.

Dobre dla portfela

Punkty za koszyk

Do naszego koszyka włożyliśmy 35 produktów, z czego 29 takich samych jak w rankingu zesłorocznym (kolorami zaznaczyliśmy, czy ich cena uległa zmianie). Produkty spożywcze zostały przez ankierów zakupione – na wszystko mamy paragony. Dodaliśmy 6 nowych produktów. To próba wykluczenia ryzyka, iż sieci w listopadzie, kiedy jest badanie, obniżą ceny koszykowych produktów, żeby lepiej wypaść w rankingu.

Wybieraliśmy najtańszy produkt występujący w sklepie oraz – o ile to było możliwe – produkt markowy, będący liderem w swojej kategorii (np. najtańsze mydło i mydło Dove). W koszyku znalazło się więc coś dla klientów z chudszy portfelem oraz tych, którzy poszukują produktów markowych. W przypadku sieci Kaufland, będącej typem pośrednim między hipermarketem a dyskontem (sklep sprzedający głównie najtańsze towary) i nie ma pełnego asortymentu, podobnie jak w zeszłych latach nie znaleźliśmy kilku produktów. Ich ceny zostały zastąpione średnimi cenami z pozostałych 7 sieci hipermarketów, gdyż wyszliśmy z założenia, że klient i tak będzie musiał brakujące produkty kupić gdzie indziej.

Zsumowanie cen 35 towarów dało całkowitą wartość koszyka, co pozwoliło ułożyć sieci w kolejności od najtańszej do najdroższej. Ta, w której zakupy najmniej obciążały nasz portfel, otrzymała 150 pkt. Każda kolejna o tyle punktów mniej, o ile procent jej koszyk był droższy od lidera. Uwaga – ceny pochodzą z 4 listopada i mogły ulec zmianie.



Real obniżył ceny. I wskoczył na II miejsce w kategorii sklep najtańszy.

► przeprowadzania ankiety tej droższej z importu jeszcze nawet nie było. Z kolei nieurodzaj w Brazylii spowodował wzrost cen kawy na świecie.

Na czym zarabiają

Presja konkurencji sprawia, że dużo niższe ceny wynegocjowane u dostawców znajdują swoje odzwierciedlenie w sklepach. Robiąc zakupy trzeba jednak pamiętać, iż nie jest to niepodważalna reguła. Bywa, że sieć marketów całą różnicę zgarnia dla siebie.

W ten właśnie sposób Leclerc i Real zarabiały na mące. Podczas gdy jej średnia cena wyniosła 75 gr za kg (spadek o 22,1 proc. w stosunku do ubiegłego roku), to w wymienionych sieciach kosztowała odpowiednio 1,10 zł i 1,02 zł. Szczególnie trzeba uważać, gdy sięgamy po rzeczy kupowane okazjonalnie, markowe, a jednocześnie ostro reklamowane. Sprawdziliśmy cenę maszyny bateryjnej do golenia marki Gillette, którą w telewizji reklamuje piłkarz David Beckham. W sieci Tesco prawdopodobny przebieg tegorocznej gwiazdki kosztował 59,99 zł, podczas gdy w Carrefour był dostępny w cenie o 14 zł niższej. Tak więc przy zakupie prezentów warto sprawdzić ofertę kilku dużych sklepów.

Ostatecznie najtańsze zakupy udało nam się zrobić w Auchan, który utrzymał pozycję lidera. W kategorii sklep najtańszy znacznie awansował Real. W 2004 r. był w tym rankingu ostatni. Teraz znalazł się na miejscu drugim. Wyraźną poprawę pozycji tej sieci można wiązać ze zmianami personalnymi w kierownictwie firmy. Na drugim biegunie znajduje się Hypernova, której koszyk w naszym zestawieniu jako jedyny zdrożał. Najwyraźniej ta sieć pogodziła się już z wizerunkiem dobrej, ale drogiej. A może firma Ahold, właściciel sieci, która sprzedawała część swoich sklepów i przypuszczaalnie negocjuje sprzedaż następnym, chce na nich dodatkowo zarobić?

W tym roku w kategorii sklep najtańszy zmieniliśmy zasady punktacji. Zwycięzca dostał 150 pkt, a pozostali proporcjonalnie mniej w stosunku do wartości koszyka (patrz ramka „Punkty za koszyk”). Uznaliśmy, że ten sposób liczenia punktów, choć bardziej skomplikowany, lepiej odzwierciedla rzeczywiste różnice cen w sieciach.

Porównując tabele z obecnego i minionego roku widać, że różnice stopniowo się powiększają. I tak w 2005 r. różnica między koszykiem najtańszym (Auchan – 240,29 zł) i najdroższym (Hypernova – 305,42 zł) wyniosła 65,13 zł, czyli była prawie cztery razy większa niż przed rokiem. Po części ta dysproporcja jest efektem dodania do koszyka kilku względnie drogiej towarów. Ale gdy zestawienie ograniczy się do tych samych produktów co w 2004 r., to różnica i tak pozostaje duża (43,47 zł). Przy większych zakupach warto więc starannie wybrać sklep.

Rozwagę i chłodną kalkulację przy wyborze sklepu radzi ekspert ds. handlu Marcin Bujnowicz. – *Wojny cenowe mamy już za sobą.*

Czas budowy hipermarketów się kończy. Już okrzepły, teraz ich właściciele muszą zadbać, żeby pojawiły się zyski. Coraz większe dysproporcje cenowe między sieciami najlepiej o tym świadczą – mówi Bujnowicz. Według niego taniej w najbliższych miesiącach już nie będzie. Sieci stawiają teraz na stałą klientelę, która nie jest tak czuła na wahania cen. – Niemal każdy z nas ma swój własny sklep, gdzie robi co tydzień zakupy. Firmy o tym wiedzą i stopniowo podnoszą marżę wybranych produktów tak, by klient tego nie dostrzegł – wyjaśnia Bujnowicz.

Czym kuszą

To nie przypadek, że w tym roku hipermarkety już od początku listopada próbują rozpalic w nas gorączkę przedświątecznych zakupów. Nakręcają ją nie cenowe promocje, ale konkursy i programy lojalnościowe. Jednym z przykładów jest Magia Kodów – wspólna promocja Carrefour i telewizji Polsat. Klient otrzymuje los za każdy produkt oznaczony gwiazdką. Można wylosować samochód i telewizory. Pokusa jest na tyle duża, że klienci z zasobniejszym portfelem przestają zważać na ceny: żeby zwiększyć szanse wygranej, często kupują droższe produkty premiowane kuponem.

Sieci nie ustają w wysiłkach, aby zaskoczyć klienta i odbić go konkurencji. Dobrym lepem okazały się stacje benzynowe stawiane przy marketach. Benzyna jest tam tańsza co najmniej o 15–30 gr na litrze, więc wiele osób rezygnuje z zakupów pod domem i jedzie autem do centrum handlowego. Pełny bak to już kilkanaście złotych różnicy.

Tanich stacji jest w kraju kilkadziesiąt. To na razie za mało, żeby uwzględnić je w rankingu. Na przykład sieć Hypernova (13 sklepów) ma dwie stacje (w 2006 r. otwiera trzy kolejne). Carrefour sprzedaje paliwo przy co szóstym markecie, Tesco przy co czwartym. Najlepszy wskaźnik ma Auchan (19 hal i 12 stacji benzynowych).

Auchan lubi również organizacyjne nowinki. W Białymstoku testuje kasy samoobsługowe. Tu klient sam skanuje ceny i płaci za towary w automacie podobnym do bankomatu. Z kolei Tesco w 13 sklepach usunął wagi na stoiskach warzywnych i przeniósł je do kas, dzięki czemu klienci tracą mniej czasu w kolejkach (nie dokładają też towaru do raz zważonej siatki). Brytyjska sieć zorganizowała dla swoich ochroniarzy krótki kurs dobrego wychowania. Carrefour z kolei zaczął się troszczyć o klientów o słabszym zdrowiu. Przynajmniej w niektórych sklepach pojawiły się ławki, na których mogą odpocząć. W sklepach Geant są one od ich narodzin.

Jak nas dopieszczą

Gdyby brać na serio zapewnienia właścicieli, markety są prawdziwym rajem do robienia zakupów. Nasze zadanie to weryfikacja tych opowieści. W tym roku nasi ankierzy sprawdzili m.in. czystość toalet, gdyż uznaliśmy, iż będzie ona dobrym miernikiem ►

Tygodnik

Śr. nakład 299515 egz.

Zasięg ogólnopolski

