



Sprawdź cenę

Agencja Badania Rynku Sesta zbadała dla nas ceny kolejnych dziesięciu produktów FMCG. Badanie przeprowadzono w dniach 17-18 czerwca 2011 roku na próbie 60 sklepów na terenie trzech aglomeracji: warszawskiej, poznańskiej i katowickiej. W każdej z nich ankietrzy odwiedzili po 20 sklepów różnych formatów. Tym razem przyjrzelśmy się napojom bezalkoholowym. Jeżeli chodzi o miejsce zakupu, okazało się, że najmniej za produkty z analizowanego koszyka zapłacimy w Warszawie – 21,03 zł. Niewiele droższe okazały się na Śląsku (21,12 zł) oraz w Poznaniu (21,86 zł). Dość wysokie ceny poznańskie wynikają po części z tego, że na analizowane produkty promocje organizowano tam bardzo rzadko. Nie wszystkie artykuły były jednak najdroższe w Wielkopolsce – np. za Kroplę Beskidu lub Cisowiankę najwięcej płacono w Warszawie.

Cechy produktu

Choć na pierwszy rzut oka wody butelkowane wydają się do siebie dość podobne, to jednak wielu klientów ma ulubione marki. Niezależnie od tego, co ceną w poszczególnych produktach, istotne przy ustalaniu cen detalicznych okazuje się to, że wielu klientów jest lojalnych wobec jednego lub co najwyżej kilku brandów. Dla rynku wód ważna jest także regionalizacja. Część produktów jest wybieranych zwłaszcza w rejonach, z których pochodzą. Dla klientów pochodzenie z pobliskiego uzdrowiska może stanowić dodatkową wartość i są oni w stanie zapłacić za regionalny produkt nieco więcej.

Wśród analizowanych artykułów możemy wyróżnić trzy podstawowe kategorie cenowe. Najtańsze były Nestlé Aquarel i Cisowianka (kosztowały poniżej 1,10 zł za litr). W przedziale cenowym 1,10-1,80 zł za litr znalazło się aż sześć produktów. Droższe były tylko Oranżada Hellena i woda smakowa marki Żywiec. Sytuacja, w której woda smakowa kosztuje więcej od napoju gazowanego, jest tylko na pozór dziwna. Produkty te kupują bowiem inni klienci i w innych sytuacjach. Kupujący wodę są w stanie zapłacić nieco więcej za jej prozdrowotne właściwości.

Rodzaje sklepów

Zgodnie z przewidywaniami najtaniej badane produkty kupimy w hipermarkecie, a najwięcej zapłacimy za nie w małym sklepie osiedlowym. Średnio w niewielkim sklepie wydamy o 21 proc. więcej niż w okolicznym hipermarkecie. Czy taka różnica może odstraszyć klientów? Raczej nie, gdyż są oni w stanie zapłacić dodatkowo za wygodę i nie nieść ciężkiej wody z odległego marketu. Co ciekawe, wielu detalistów zaniżało cenę Muszynianki, która w małym sklepie kosztowała średnio zaledwie o 2 proc. więcej niż w hipermarkecie. Zawyżano natomiast cenę wody smakowej Żywiec, która kosztowała aż o 37 proc. więcej.

Promocje i ceny

Produktami najczęściej dostępnymi w promocji były Nestlé Aquarel oraz Cisowianka (po 6 razy). Większość tego typu akcji miała miejsce w hiper- i supermarketach, gdzie zorganizowano łącznie 25 spośród wszystkich 29 promocji. Podczas ich trwania cenę obniżano przeciętnie o 11 proc. Wystąpiło tu kilka osobliwych promocji – np. cena promocyjna wody Aquarel w jednym z warszawskich hipermarketów była równa regularnej cenie w okolicznych małych sklepach spożywczych.











W analizowanych placówkach wielkopowierzchniowych nieomal nie występowały okragłe ceny produktów. Stosowano tam wyłącznie zakończenia na -9,-8 oraz -5. Odwrotna sytuacja miała miejsce w tradycyjnych sklepach spożywczych, które zwykle stosowały okragłe ceny.

Rekomendacje dla właścicieli małych sklepów

Wody butelkowane są produktami mało wrażliwymi cenowo, co oznacza, że klienci jedynie w niewielkim stopniu reagują na zmiany cen. Wyjątek stanowią tu mogą wody tańsze od analizowanych, sprzedawane w większych opakowaniach i przeznaczone do gotowania, gdzie smak i właściwości mają marginalne znaczenie. Niska wrażliwość cenowa pozostałych produktów z tej kategorii wynika z przywiązania klientów do ulubionych marek oraz ograniczonej możliwości kupowania wody na zapas. Wysoka cena rzadko skłania klientów do wyboru innego sklepu, gdyż wartość zakupów jest w przypadku wody stosunkowo mała, zaś znaczna waga tego typu produktów utrudnia transport z bardziej oddalonych sklepów.

Właściciele niewielkich placówek handlowych powinni podnosić ceny wód pochodzących z ich okolicy, gdyż i tak będą się one cieszyć dużą popularnością. Powinni także sprzedawać wody drożej niż w super- czy hipermarketach, bo wielu klientów ponad cenę przedkłada wygodę robienia zakupów. Detaliści mogą także zwiększyć zyski, stosując właściwe końcówki cen.

Wybierz i porównaj ze swoim sklepem

| BADANE PRODUKTY* | | | | CENY DETALICZNE BRUTTO | | | | | | | | | | |
|---|------------------|----------------|---|---------------------------|-----------------------------|------------|-------------|-------------|---------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|----------|----------|
| | | | | Przeciętna cena w badaniu | Odchylenie od ceny średniej | Liczba cen | Hipermarket | Supermarket | Duży sklep spożywczy (ponad 100 mkw.) | Średni sklep spożywczy (41-100 mkw.) | Mały sklep spożywczy (do 40 mkw.) | Przeciętna cena w badanych sklepach | | |
| | | | | | | | | | | | | Warszawa | Poznań | Katowice |
| Kategoria | Marka | Produkt | | | | | | | | | | | | |
|  | NAPÓJ GAZOWANY | Hellena | Hellena Oranzada Czerwona butelka PET 1,25 l JUTRZENKA COLIAN | 2,53 zł | 11% | 32 | 2,41 zł | 2,57 zł | 2,51 zł | 2,75 zł | 2,60 zł | 2,46 zł | 2,62 zł | 2,51 zł |
|  | NAPÓJ GAZOWANY | Zbyszko | Zbyszko 3 Cytryny butelka PET 2 l (w tym 0,5 l gratis) ZBYSZKO | 2,92 zł | 11% | 48 | 2,56 zł | 2,83 zł | 3,13 zł | 3,21 zł | 3,07 zł | 2,90 zł | 2,98 zł | 2,89 zł |
|  | WODA BUTELKOWANA | Arctic | Arctic plus woda mineralna gazowana butelka PET 1,5 l HOOP POLSKA | 1,85 zł | 8% | 24 | 1,72 zł | 1,89 zł | 1,83 zł | 1,99 zł | 2,50 zł | 1,77 zł | 1,90 zł | 1,84 zł |
|  | WODA BUTELKOWANA | Cisowianka | Cisowianka woda mineralna lekko gazowana butelka PET 1,5 l POLSKIE ZDROJE | 1,56 zł | 10% | 45 | 1,48 zł | 1,31 zł | 1,63 zł | 1,71 zł | 1,76 zł | 1,59 zł | 1,54 zł | 1,54 zł |
|  | WODA BUTELKOWANA | Górska Natura | Górska Natura woda źródłana niegazowana butelka PET 1,5 l PEPSI-COLA GENERAL BOTTLERS POLAND | 1,96 zł | 8% | 31 | 1,80 zł | 1,94 zł | 2,11 zł | 2,30 zł | 2,10 zł | 1,95 zł | 1,98 zł | 1,96 zł |
|  | WODA BUTELKOWANA | Kropla Beskidu | Kropla Beskidu woda źródłana niegazowana butelka PET 1,5 l COCA-COLA HBC POLSKA | 2,02 zł | 10% | 55 | 1,75 zł | 1,93 zł | 2,09 zł | 2,16 zł | 2,20 zł | 2,09 zł | 2,01 zł | 1,95 zł |
|  | WODA BUTELKOWANA | Muszynianka | Muszynianka woda wysokozmineralizowana butelka PET 1,5 l SPÓŁDZIELNIA PRACY MUSZYNIANKA | 2,30 zł | 6% | 38 | 2,28 zł | 2,23 zł | 2,36 zł | 2,29 zł | 2,33 zł | 2,27 zł | 2,42 zł | 2,25 zł |
|  | WODA BUTELKOWANA | Nestlé Aquarel | Nestlé Aquarel woda źródłana niegazowana butelka PET 1,5 l NESTLÉ POLSKA | 1,35 zł | 10% | 31 | 1,31 zł | 1,36 zł | 1,35 zł | b.d. | 1,60 zł | 1,31 zł | 1,37 zł | 1,37 zł |
|  | WODA BUTELKOWANA | Ustronianka | Ustronianka naturalna woda mineralna niegazowana butelka PET 1,5 l USTRONIANKA | 1,81 zł | 9% | 30 | 1,73 zł | 1,74 zł | 1,93 zł | 1,98 zł | 1,93 zł | 1,67 zł | 1,80 zł | 1,86 zł |
|  | WODA SMAKOWA | Żywiec Zdrój | Żywiec Zdrój Smako-tyk Cytrynowy butelka PET 1,5 l ŻYWIEC ZDRÓJ | 3,08 zł | 11% | 51 | 2,51 zł | 2,99 zł | 3,28 zł | 3,44 zł | 3,44 zł | 3,03 zł | 3,23 zł | 2,95 zł |
| OGÓLEM (koszyk)** | | | | 21,38 zł | - | 385 | 19,55 zł | 20,79 zł | 22,20 zł | 23,17 zł | 23,52 zł | 21,03 zł | 21,86 zł | 21,12 zł |

* badanie przeprowadzono w dniach 17-18 czerwca 2011 roku na próbie 60 sklepów – po 20 w każdej aglomeracji

** w przypadku braku produktu w badanych sklepach/aglomeracjach, przy obliczaniu ogólnej wartości koszyka uwzględniono średnią cenę produktu dla wszystkich badanych sklepów