

Marzec 2011

CENEO

NIE TAKI VAT STRASZNY JAK GO MALUJĄ

Raport Ceneo.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	3
RTV i AGD	4
Książki i czasopisma specjalistyczne	5
Ubranka i buty dziecięce	6
Zmiany cen	6
Techniczne rozwiązania	8
Podsumowanie	10
O Ceneo.pl	11
Kontakt dla mediów	11



WSTĘP

1 stycznia 2011 weszły w życie nowe stawki VAT. To największa zmiana od wprowadzenia tego podatku w 1993 roku. Wzrost podatku jest zauważalny nie tylko dla konsumentów, ale też dla producentów i sprzedawców. A jak z nowymi stawkami poradziły sobie sklepy internetowe? Czy zmiana ta nastręczyła technicznych problemów? I przede wszystkim – czy ceny faktycznie wzrosły? Porównywarka Ceneo przyjrzała się wszystkim zmianom. Jak przedstawia się rynek po 3 miesiącach od zmian? Zapraszamy do lektury raportu.

Rok 2011 przyniósł nowe stawki VAT. O jeden punkt procentowy wzrosły stawki 7% (na 8%) i 22% (na 23%). Przestała obowiązywać też stawka 3%, a w jej miejsce pojawiła się stawka 5%. Nie wszystkie produkty jednak z automatu dostają wyższą stawkę. Przykładowo – pieczywo i soki to tylko 5% VAT (wcześniej 7%). Naj-

popularniejsze produkty w Internecie, czyli elektronika, telefony, sprzęt AGD, to wzrost o jeden procent (z 22% na 23%) więc to zmiana stosunkowo najmniej zauważalna. Największe zmiany dotyczą sytuacji, w których w miejsce zwolnienia lub stosowania obniżonej stawki wprowadzana jest stawka podstawowa. Wówczas zmiana o kilka do kilkunastu punktów procentowych daje się realnie odczuć w chwili zakupu produktu. Duży wzrost dotyczy więc książek i czasopism specjalistycznych (z 0% na 5%), oraz ubranek i obuwia dziecięcego (z 7% na 23%).

Paulina Kucewicz, Pixmania.pl

Podatek Vat w Polsce uległ zmianie i wzrósł o 1%. Pixmania nie odnotowała żadnych negatywnych konsekwencji, jakie mogłyby wynikać w sposób bezpośredni z tego tytułu, wręcz przeciwnie- odnotowaliśmy wzrost liczby wizyt na naszych stronach, jak także wzrost sprzedaży. W sposób świadomy, na siedem dni przed przejściem z 22-dwu procentowej stopy podatkowej na 23-trzy procentową, Pixmania rozpoczęła wielką akcję „wyprzedaże”

RTV I AGD



W Internecie najpopularniejsze produkty to RTV i AGD, a tutaj nastąpiła niekorzystna zmiana (23% zamiast 22%). 23% stawka VAT nie była jednak tak dostrzegalna, gdyż produkt objęty został nowym zestawem promocji. W dłuższym okresie telewizory, telefony, komputery tanieją – pojawiają się przecież nowsze modele. Mimo to producenci starali się wykorzystać nadarzącą się okazję, tworząc promocje zachęcające konsumentów do naby-

wania „w starej cenie” przed drastyczną zmianą podatku lub zachęcając do zakupu „po starej cenie” w nowym roku. Zatem zmianę wykorzystali jako metodę promocji towarów, których sprzedaż i tak wymagała obniżenia ceny.

Piotr Szulczewski, Analityk Bankier.pl

Wśród niektórych sklepów dostrzec można problem „uzasadniania” aprecjacji cen produktów - zmianami podatku VAT. Część firm wzięła na swoje barki podwyżkę VAT o 1 %, obniżając tym samym cenę netto produktu w ten sposób, by wycena brutto nie zmieniła się. Inni przedsiębiorcy posługując się hasłem niewdzięcznego systemu dodatkowo podwyższyli stosowane dotychczas marże. Możemy to zaobserwować na następujących przykładzie: Aparat Canon EOS 7D Body, w październiku jego średnia cena to 5 293 zł, w grudniu 5 432 zł, w lutym już 5 537 zł, a w marcu aż 5 592 zł! Różnica między grudniem, a marcem to 160zł, czyli 2,95%, prawie trzykrotność wprowadzanej przez rząd zmiany

KSIĄŻKI

Z ostatnich badań czytelnictwa w Polsce (przeprowadzonych przez Bibliotekę Narodową) wynika, że tylko 44% Polaków miało w roku 2010 przynajmniej jednokrotny kontakt z książką. A tylko 12% przeczytało więcej niż 6 książek (dla porównania we Francji ten odsetek wynosi 35%). Zwiększenie stawki VAT, miało spowodować znaczące podwyżki cen i jeszcze większy spadek czytelnictwa. Sprawa z książkami nie jest jednak taka prosta.

Dotychczas na książki i czasopisma specjalistyczne obowiązywała zerowa stawka VAT. Po zmianach jest to stawka 5%, ale z negocjacji między Ministerstwem Finansów i organizacjami branżowymi wykrystalizował się okres przejściowy. Do końca kwietnia 2011 wciąż obowiązuje stawka zerowa, ale tylko na książki ujęte w inwentaryzacji na dzień 31 grudnia 2010. Z takiego roz-

wiązania wszyscy byli zadowoleni. Jednak już w styczniu okazało się, że mimo iż książki zinwentaryzowane mogą być sprzedawane bez VATu to już hurtownicy w odniesieniu do tych samych książek z takiej ulgi skorzystać nie mogą! Powoduje to istny chaos na rynku, gdyż w księgarniach pojawiają się te same pozycje z diametralnie różnymi cenami (stawka 0% od wydawcy i stawka 5% od hurtownika!). Dla klienta najważniejsza jest różnica w cenie – a ta z powodu wszystkich tych zmian może być bardzo duża, dlatego dokładne i szybkie przeglądanie ofert wielu sklepów jest w tym przypadku nieodzowne.



UBRANKA I BUTY DZIECIĘCE

W przypadku tej kategorii produktów zmiana stawki VAT jest jeszcze poważniejsza niż w przypadku książek. W ubiegłym roku była to stawka 7%. W tym roku jest to już 8%, ale tylko do końca grudnia. Później, zgodnie z unijnymi dyrektywami, ta stawka wzrośnie do 23% i będzie to diametralna zmiana w budżetach domowych. Ekspert z centrum im. Adama Smitha wyliczyli, że rocznie rodzina z trójką dzieci wyda o 450zł więcej.

ZMIANY CEN

Postanowiliśmy zbadać zmiany cen na przestrzeni ubiegłych miesięcy. Jak zmieniły się ceny popularnych produktów z popularnych branż na przełomie roku. Nie braliśmy jednak pod uwagę cen grudniowych (święta – liczne promocje, upusty i przedświąteczne zmiany cen), oraz stycznia (noworoczne promocje, wyprzedaże zapasów

towarów). Zbadaliśmy za to średnie ceny listopadowe oraz ich stosunek do średnich cen z lutego i marca. Pod uwagę braliśmy 50 najpopularniejszych produktów z danej branży (badaliśmy co miesiąc dokładnie te same produkty).

	list-lut	list-mar	
Sprzęt AGD	2,16%	1,81%	↑
Sprzęt RTV	-1,19%	-7,14%	
Komputery	-3,90%	-4,53%	
Dla dziecka	1,40%	2,60%	↑
Księgarnia	2,05%	2,77%	↑
Perfumy	2,04%	4,12%	↑
Fotografia	-5,13%	-5,64%	
Dom i ogród	-0,73%	-1,65%	

Z naszych badań wynika, że najwięcej podrożały perfumy. Ich średnia cena wzrosła w lutym (w porównaniu z listopadem) o 2%, natomiast w marcu aż o 4%. Widać więc, że mimo iż VAT na kosmetyki wzrósł tylko o 1 punkt procentowy to sklepy wykorzystały ten fakt by podnieść nieznacznie ceny. Widać też wyraźnie, że wzrosły ceny książek (w porównaniu z listopadem - odpowiednio o 2% w lutym i 2,75% w marcu). Wydaje się więc, że ta tendencja jest rosnąca. Na domiar złego, wszystkie nowe książki wydane w tym roku nie są już objęte okresem przejściowym i ich ceny będą relatywnie wyższe niż gdyby zostały wydane w ubiegłym roku. Te pozycje nie są objęte naszym badaniem gdyż ich ceny nie mają odpowiedników w listopadzie. Biorąc więc ten fakt pod uwagę wychodzi na to, że ceny książek znacząco wzrosły.

Podwyżce uległy też ceny produktów dziecięcych. I również w tym przypadku tendencja jest rosnąca (1,4% w

lutym i 2,6% w marcu). Można więc śmiało założyć, że w przyszłym roku, kiedy skończy się okres przejściowy dla ubranek dziecięcych, ceny jeszcze bardziej wzrosną.

Tak jak się można spodziewać – w porównaniu z listopadem spadły ceny sprzętu RTV, aparatów fotograficznych i komputerów (zarówno laptopów jak i stacjonarnych). Wynika to oczywiście z faktu, że na rynku pojawiają się wciąż nowe produkty, bardziej zaawansowane technicznie, wypierają one produkty starsze, których ceny znacząco maleją. Należy tu pamiętać, że badaliśmy ceny dokładnie tych samych produktów zarówno w listopadzie jak i w marcu. Produkty które pojawiły się na rynku w 2011 roku jako produkty nowe – miały zapewne ceny wyższe niż gdyby miały je pojawiając się na rynku przed podwyżką VAT. Jeśli więc chcemy kupić telewizor czy komputer i nie zdążymy na przedświąteczne promocje (często przecież złudne!), lepiej poczekać z zakupem do

marca. Ceny telewizorów spadają wtedy bowiem średnio o 7%.

Co ciekawe jednak – te same schematy nie obowiązują w kategorii sprzętów AGD. Tam ceny w porównaniu z ubiegłym rokiem wzrosły w lutym o przeszło 2%. Natomiast w marcu ta różnica to już niecałe 2%, tak więc wiadać, że na początku roku ceny rosną, natomiast potem się stabilizują i nieznacznie maleją.

TECHNICZNE ROZWIĄZANIA

Przed podwyżką VAT straszono, że dojdzie do straszego chaosu, który będzie spowodowany technicznymi zmianami kas fiskalnych. Wprowadzenie nowych stawek VAT stanowiło duże wyzwanie dla wszystkich punktów sprzedaży detalicznej. Wszystkie kasy musiały zostać przeprogramowane dokładnie 31 grudnia (w przypadku sklepów całodobowych czy stacji paliw, tuż przed półno-

cą) gdyż nie można było wprowadzić nowych stawek VAT awansem. Sklepy internetowe miały tu natomiast wielką przewagę nad sklepami standardowymi. Większość platform sklepowych dawała bowiem możliwość bardzo prostej zmiany stawek. Najczęściej działało się to automatycznie lub przy minimalnym udziale administratora sklepu.

Paulina Kucewicz, Pixmania.pl

W naszym sklepie nie pojawił się żaden problem natury technicznej. Na dzień dzisiejszy marka Pixmania jest już obecna w 26 krajach, i tym samym mamy do czynienia z różnym oprocentowaniem podatkowym oraz różnymi systemami walutowymi. Wewnętrzny system techniczny Pixmanii, wszelkich modyfikacji tego typu dokonuje w sposób automatyczny

Monika Cierzniak, Platforma sklepowa istore.pl

Zmiana stawek w naszych sklepach nie wymagała fachowej pomocy. Chcieliśmy, aby zmiany odbyły się możliwie automatycznie i bezboleśnie dla sklepów. Automat jednak nie mógł obsłużyć wszystkich zmian w stawkach VAT, które pojawiły się w 2011 r., regulacje prawne były tutaj zbyt złożone. Działanie automatu objęło zatem dwa przypadki zmiany VAT 22-23%, oraz 0-5%. Pozostałe zmiany należało wprowadzić ręcznie. Decyzję o wyborze opcji można było zmienić do 12:00 31 XII 2010 r. Po tej godzinie uruchomiliśmy zamówione przez sklepy przeliczanie cen i stawek. Narzędzie było dostępne także na początku stycznia 2011 r., a więc i spóźnialscy mieli szansę na łatwe dostosowanie sklepu do zmian w przepisach



PODSUMOWANIE

Jakie wnioski płyną z raportu na temat cen w kontekście zmian stawek VAT? Przede wszystkim okazuje się, że w krótkim okresie zmiany nie są zbyt zauważalne, gdyż zostały zrekompensowane różnymi promocjami tak by klient nie zauważył zmiany i nie zrezygnował z zakupów. Zdarzają się jednak sytuacje kiedy sklep celowo podwyższa cenę produktu, tłumacząc się nowymi stawkami VAT. Przy jednorazowych zakupach naturalnie zmiana (najczęściej wzrost o jeden punkt procentowy) jest kosmetyczna, ale sumując wszystkie wydatki przez rok, okaże się, że faktycznie zapłacimy dużo więcej. Nie można jednak zapominać o wszelkich innych czynnikach wpływających na cenę produktu – wzrost kosztów dowozu, paliwa, inflacja, ceny produktów pośrednich – to wszystko dużo bardziej powinno nas martwić niż wzrost stawek VAT.

Przykładowe zmiany cen popularnych produktów:

- Zmywarka Bosch SGV 45M83EU

2010-10-10	2010-12-10	2011-02-10	2011-03-10
1 350,88 zł	1 340,75 zł	1 399,73 zł	1 405,51 zł

- Lustrzanka Canon EOS 7D Body

2010-10-10	2010-12-10	2011-02-10	2011-03-10
5 293,58 zł	5 432,88 zł	5 537,62 zł	5 592,68 zł

- Concord Fusion Wózek Spacerowy

2010-10-10	2010-12-10	2011-02-10
1 571,79 zł	1 640,00 zł	1 671,38 zł

- Telewizor LG 50PK350

2010-10-10	2010-12-10	2011-02-10	2011-03-10
3 112,31 zł	2 788,43 zł	2 754,10 zł	2 530,00 zł

O CENEO.PL

Ceneo.pl to największa polska porównywarka cen. W serwisie można znaleźć oferty cenowe z ponad 3000 sklepów internetowych. Na stronie serwisu znajdują się informacje o 5 mln produktów, co dostarcza użytkownikowi informacje o ponad 10 milionach cen w sklepach internetowych.

Produkty pogrupowane są w 21 głównych kategorii tematycznych, co oznacza, że w serwisie można znaleźć niemalże wszystko od perfum poczynając, przez sprzęt RTV i AGD, a na meblach kończąc.

Każdego miesiąca serwis odwiedzany jest przez 4 miliony unikalnych użytkowników.

KONTAKT DLA MEDIÓW

Jakub Walczak

e-mail: jakub.walczak@ceneo.pl

tel.: 71 794 53 53

