

Artur Stempień - 2025-10-06

Grzegorz Frątczak: [00:00:00] Cześć! Witajcie w specjalnym odcinku podcastu. Dziś mamy dla Was nagranie prelekcji z naszej konferencji Fundamente e-commerce B2B, która odbyła się w czerwcu 2025, gdzie wystąpiło siedmiu topowych ekspertów B2B poruszających tematy technologii, procesów i strategii bez marketingowych trików i bez banałów.

A dziś dla Was mam wyjątkowy wykład z naszej konferencji, który pomoże Wam lepiej zrozumieć CCO, czyli Total Cost of Ownership czyli całkowity koszt posiadania sklepu internetowego. A prelegentem jest Artur Stempień, programista z bogatym doświadczeniem w technologiach webowych, który nieustannie poszukuje nowych wyzwań w świecie programowania.

A co ważniejsze i chyba najważniejsze jest expert solution engineer w Prestashop Jest naszym partnerem w tym obszarze gdzie pomaga agencjom i mieszankom w integracjach w systemach [00:01:00] PrestaShop. Odpowiada również za program certyfikacji i rozwoju. Niektórych funkcjonalności w ich systemach, więc Artur dzisiaj opowie Wam i mi, co to jest TCO, czyli Total Cost of Ownership i jak dokładnie obliczyć całkowity koszt posiadania systemu e-commerce.

Jakie są główne składniki TCO w kontekście platformy e-commerce i jakie mają wpływ na decyzje biznesowe. Jak uniknąć ukrytych kosztów i jak ocenić długoterminową rentowną inwestycję w platformy e-commerce, tym bardziej B2B. Więc jeśli planujesz wdrażanie systemu e-commerce lub chcesz optymalizować już istniejące rozwiązanie, to właśnie ten odcinek jest dla Was, dla Ciebie.

I zanim przejdziemy do merytum, to zapraszam też do subskrypcji Żeby dostawać kolejne powiadomienia o kolejnych odcinkach podcastu A [00:02:00] teraz zapraszam na prelekcję Artura. Dzięki! Dzisiaj

Artur Stempień: porozmawiamy o całkowitym koszcie posiadania. Jest to dość ciekawe pojęcie, które chcielibyśmy poruszyć w kwestii właśnie B2B i B2C. Agendę swojej preski podzieliłem na takie podpunkty jak widzicie, troszeczkę omówię ten wskaźnik pod kątem strategicznym, pod kątem tego w jaki sposób go obliczyć, kiedy warto go obliczyć, jak to wygląda z perspektywy PrestaShop I jakie są korzyści po prostu ze znajomości tego wskaźnika dobrze, już Grzegorz mi przedstawił także wiele nie dodam, pracuję w PrestaShop, pomagam ekspertom pomagam agencjom rozwiązywać ich problemy, takie jest

moje zadanie w teamie PrestaShop buduję również portal ekspertów i [00:03:00] Narzędzia którymi agencje zarządzają, panel, dzięki któremu zarządzają agencje swoim profilem.

Więc tak, jeżeli przejdźmy może do wprowadzenia. Co to jest w ogóle całkowity koszt posiadania? Gdy firma zaczyna działalność e-commerce, Tworzy lub jest w momencie wyboru rozwiązania na które chce się zdecydować, przede wszystkim czy najważniejsze wydaje się dla podjęcia decyzji koszt utworzenia takiej platformy lub wyboru danego rozwiązania.

Jest to czasem nie do końca dobry pomysł żeby analizować tylko i wyłącznie koszt Zakupu ponieważ na koszt całkowitych wdrożenia i tego, w jaki sposób będzie to wyglądało na przestrzeni czasu, niosą się wiele innych kosztów wiele innych wydatków z którymi musimy się zmierzyć z czasem posiadania [00:04:00] własnego systemu e-commerce.

No i dzięki temu, czy w Po to powstał w zasadzie wskaźnik TCO, dzięki któremu możemy obliczyć sobie taki całkowity koszt posiadania. Tak tutaj przygotowałem dla Was taką tabelkę, mniej więcej widać na tym wykresie w tej tabeli w jaki sposób rozkłada się koszt wyboru danego rozwiązania z kosztem Czy zyskiem jaki po prostu dane rozwiązanie może osiągnąć lub wypracowywać na przestrzeni czasu życia produktu.

Tak jak widzicie na początku te koszty są po prostu duże więc samo wyszukiwanie danego rozwiązania jego wyszukanie, decyzja integracja Opublikowanie takiego rozwiązania są to duże koszty Mniej więcej w połowie dopiero tego wykresu widzicie, że [00:05:00] to rozwiązanie zaczyna przenosić jakąś wartość. Tak jak widać jest to temat bardziej złożony, a nie tylko w pierwszej kolumnie gdy podejmujemy decyzję dotyczącą rozwiązania, ale po prostu w skali życia produktu ten...

Koszt nam się odpowiednio zmienia. Generalnie jeżeli chodzi o historię tego wskaźnika to powiem tylko o krótko. Po krótko wywodzi się już on z czasów napoleońskich gdy inżynierowie realizowali opłacalność artylerii Uwzględnianie już wtedy nie tylko koszt zakupu ale konserwacji sprzętu. Później ten wskaźnik został spopularyzowany przez Departament Obrony Stanów Zjednoczonych gdzie również oprócz kosztów zakupu były analizowane koszty utrzymania w perspektywie chociażby marynarki wojennej.

No i analitycy Gartnera zdecydowali się wprowadzić po prostu ten wskaźnik już na scenę [00:06:00] Do naszej branży aby zbadać pełne koszty użytkowania skomputeryzowanych stacji roboczych, więc obecnie jak najbardziej ten

wskaźnik jest wykorzystywany w ocenie efektywności inwestycji technologicznych. Po co wykorzystywać TCO?

Przede wszystkim jest to wskaźnik który pozwoli określić całkowity koszt posiadania czyli objmujący wszystkie wydatki związane z produktem lub usługą. Metodologia opiera się na szczegółowej analizie i wspiera decyzje inwestycyjne, więc przede wszystkim w założeniu Tak jak wspomniałem wcześniej, pomaga nam ten wskaźnik podejmować racjonalną decyzję.

Również w perspektywie zakończenia pracy czy cyklu życia produktu wskaźnik pozwala nam przeanalizować daną inwestycję, określić jej efektywność w odpowiedniej perspektywie czasowej, więc [00:07:00] takie trzy główne elementy Główne potrzeby zastosowania tego wskaźnika to jest właśnie to. Jeżeli chodzi o strategię czy ten wskaźnik, co pozwala nam liczyć i do jakich wskaźników po prostu dotrzeć Się zalicza.

Więc wskaźnik TCO jest to wskaźnik finansowy, pozwala nam właśnie określić rentowność projektów i inwestycje. Jak widzicie są inne wskaźniki, które możemy wykorzystywać do również obliczeń tego typu czyli analizy rentowności projektów jak Także innych składowych po prostu działalności. Jest wiele takich wskaźników, warto się również z nimi zapoznać gdyż mogą pomóc nam po prostu obliczyć pewne założenia jeszcze przed wydatkowaniem.

Jaką rolę pełni... To, co [00:08:00] wspomniałem wcześniej, daje pełniejszy obraz inwestycji niż sama cena zakupu. Dzięki szczegółowej analizie kosztów na każdym etapie cyklu życia produktu lub usługi TCO staje się strategicznym narzędziem zarządzania, więc umożliwia prognozowanie, Wspieranie decyzji ocenę, kontrolowanie i precyzyjny pomiar zwrotu z inwestycji.

Tak, jest to kluczowy wskaźnik aktualnie wspierający projekty inwestycyjne. Jak obliczyć TCO witrynę e-commerce? Aby określić całkowity koszt posiadania algorytm jest dość prosty Tak jak widzicie na przygotowanym diagramie, mamy tutaj koszty ceny zakupu, koszty użytkowania, koszty utrzymania, koszty pośrednie lub ukryte.

Za moment pokażę Wam tabelkę, w której te koszty będą rozpisane dość dokładnie Natomiast obliczanie tego wskaźnika jest bardzo proste, tak jak widzicie, [00:09:00] po prostu się sumuje wszystkie te koszty do siebie i wychodzi koszt całkowity posiadania. Jakie koszty bierzemy pod uwagę? Ocenia TCO obejmuje koszty bezpośrednie Takie jak projektowanie rozwój koszty pośrednie związane z zarządzaniem i utrzymaniem witryny, aktualizacje, konserwacje, hosting, kluczowe do utrzymania jej wydajności.

Z czasem gdy pojawia się potrzeba modyfikacji, optymalizacji, ulepszeń, Też również należy takie koszty przewidzieć, ponieważ są to koszty ukryte na które często nie zwracamy uwagi a tak jak widać są to po prostu dla nas koszty. Tak samo koszty wycofania w przypadku archiwizacja migracja, są to również koszty, które należy i warto by było wziąć pod uwagę.

To są rodzaje kosztów w takiej perspektywie Na razie nierozwiniętej które należy wziąć pod uwagę. Tutaj natomiast mamy koszty które [00:10:00] liczymy już bezpośrednio do wskaźnika, więc tak jak wspomniałem, są to koszty projektowe, koszty prawne, również często niedoceniane, ale generowane na każdym kroku. Wiadomo jak to wygląda z perspektywy e-commerce w dzisiejszych czasach.

Infrastruktura i outsourcing oczywiście również. Bierzymy pod uwagę także koszty szkoleń wewnętrznych zespołów obsługujących, operacyjnych. Mamy również koszty konserwacji, mamy również oczywiście koszty ukryte o których wspomniałem. Są to często koszty pomijane, chociażby dług technologiczny, migracja danych Integracja z systemami firmowymi, to oczywiście w perspektywie oprogramowania jest bardzo ważne i na to też trzeba zwrócić uwagę.

Jeżeli chodzi o koszty związane z pracą wewnętrznych zespołów odpowiedzialnych za Zarządzanie e-commerce, chociażby wydatki [00:11:00] marketingowe, tego nie uwzględniamy w obliczeniach TCO. Są one oczywiście istotną częścią budżetu, ale zaliczaną po prostu do marketingu tego się po prostu do TCO nie zalicza.

Jeżeli chodzi o POMER TCO, może on pomóc również w ocenie zwrotu chociażby z inwestycji Tutaj jest taki przykład, w jaki sposób można to obliczyć. POMER TCO jest niezbędny aby dokładnie ocenić zwrot inwestycji Proces wymaga wyróżnienia metod analizy i kontroli wydatków. Zwrot z inwestycji, ten wskaźnik pewnie znacie, jest odstosowany na różnych poziomach firmy w celu zbadania rentowności projektu kampanii marketingowej, inwestycji zakupów sprzętu czy oprogramowania wzór.

Tak jak widzicie, ale

Grzegorz Frątczak: myślę, że jest znany. A teraz przerwa na reklamę. Masz sklep internetowy na Prestashop a Twoi programiści nie dają [00:12:00] rady Chcesz żeby błędy były naprawiane szybko i skutecznie, a zadania realizowane na czas? To wezwij Convertis, czyli nas. Jesteśmy ponad 25-osobowym

zespołem, największym w Polsce Poznaj nasze moce i wejdź na [Convertis.pl](https://convertis.pl), dajemy gwarancję satysfakcji albo zwrot pieniędzy.

Artur Stempień: Właściwy moment na obliczenie TCO, to jest dobry rozdział. Tutaj przede wszystkim warto przeliczać sobie całkowity koszt posiadania przed rozpoczęciem projektu ponieważ pomoże nam podjąć odpowiednią decyzję, oszacować budżet W zakresie czasowym czy w długim czy w średnim okresie Biorąc pod uwagę również to, że e-commerce wymaga częstych aktualizacji, aby nadążać za nowymi technologiami i nawykami użytkowników warto [00:13:00] również Liczyć TCO przed wdrożeniem dodatkowych modułów, przed aktualizacją sklepu do nowej wersji, po prostu regularne monitorowanie tego wskaźnika pozwala na optymalizację kosztów, unikanie problemów związanych z przestarzałymi rozwiązaniami.

Warto to również też przeliczyć biorąc pod uwagę przyszłe koszty Chociażby aktualizacji, jak to mogłoby wyglądać z perspektywy konkretnego oprogramowania na przestrzeni czasu i również ten wskaźnik sobie po prostu przeliczyć nawet przed podjęciem decyzji o wyborze danego rozwiązania. Jak go zoptymalizować?

Tak jak wspomniałem i wiecie już, TCO pozwala na dokładną ocenę wszystkich kosztów związanych z projektem więc pozwala nam na lepsze negocjacje z dostawcami więc świadomość tego wskaźnika istnieje Pomoże Wam również [00:14:00] w wyborze dostawcy, w wykryciu chociażby ukrytych wydatków. Dzięki temu może pomóc po prostu zoptymalizować Wasze oszczędności.

W przypadku PrestaShop jest to chociażby inwestycja w stabilny i skalowany hosting, regularne aktualizacje platform i modułów. Warto to wziąć pod uwagę.

Oczywiście przeliczać sobie ten koszt sprawdzać, również negocjując z potencjalnymi kontrahentami. TCO dla sklepu PrestaShop jak to wygląda u nas? Jak znacie już dobrze nasz system, jesteśmy systemem open source, więc w założeniu przede wszystkim przejmujecie kontrolę nad swoim biznesem w całości. [00:15:00] Daje nam kontrolę nad w zasadzie wszystkim, nie jesteście związani z żadną firmą sami podejmujecie decyzję, jeżeli chcecie współpracować z daną agencją, to z nią współpracujecie zmienia się coś z perspektywy czasu posiadacie lepszą ofertę możecie skorzystać z innej oferty, zarówno hostingu, jak i agencji, jak i modułów rozwiązań które po prostu są dostępne do naszego ekosystemu Przede wszystkim nie ma ograniczeń jeżeli chodzi o skalowalność, to w zasadzie już zależy od Waszej pomysłowości.

Personalizacja, wiadomo oferujemy tysiące modułów razem z agencjami deweloperskimi zewnętrznymi, również możecie korzystać z naszego marketplace, gdzie znajdziecie mnóstwo rozwiązań różniących się od siebie cenowo, a czasem posiadającymi bardzo... Podobne funkcjonalności, więc mającymi [00:16:00] wpływ również na wskaźnik TCO.

Możecie liczyć również na wsparcie i tutaj chociażby od wsparcia darmowego poprzez wsparcie agencyjne lub również naszego teamu w kwestii współpracy pracy nad systemem czy rozwiązywania danych problemów Porównując chociażby dwie rzeczy, bo zrobiłem takie porównanie w czym na przykład PrestaShop jest inne w przypadku do rozwiązania SaaSowego.

Więc tutaj mamy dwie kolumny w których widzicie czym różnimy się od SaaSa. Przede wszystkim oferujemy skalowalność i elastyczność, swobodny rozwój sklepu bez ograniczeń platformy W zasadzie sami decydujecie co robicie z danym sklepem internetowym, dostosowujecie specyficzne potrzeby do własnych potrzeb, macie kompletną wolność jeżeli chodzi o wybór partnerów technologicznych, [00:17:00] co daje nam docelową kontrolę kosztów w długim okresie i to jest fajne ponieważ w przypadku...

Sasa jest inaczej, tutaj docelowo może i poukrywacie troszeczkę, czy wydatkujecie dość większe koszty na początku, inwestycja może być droższa, wyższa ale długoterminowo macie większą kontrolę po prostu nad wskaźnikiem co i nie jesteście po prostu związani w żaden sposób z nikim i To wy podejmujecie decyzję na temat waszego systemu.

W przypadku naszego e-commerce tak to wygląda. No i dajemy oczywiście długoterminową wartość ponieważ inwestycja w platformę która rośnie razem z twoim biznesem, zapewniając długoterminową wartość i niezależność. Tak jest w przypadku PrestaShop. Nie mamy tutaj żadnych ograniczeń. Platforma możecie ją rozwijać dowolnie My dbamy oczywiście o coraz [00:18:00] to nowsze oprogramowanie open source.

Możecie sobie aktualizować tę platformę bez najmniejszego problemu. My to rozwijamy rozwiązanie jest darmowe. I będzie darmowe. W przypadku Sasa wygląda to troszeczkę inaczej. Możecie uruchomić szybko sklep ale w długim okresie te koszty wyglądają już troszeczkę inaczej. Przygotowałem taką tabelę zestawiającą koszty mniej więcej wdrożeń i koszty powiedzmy koszty, które...

Zaistnieją w dłuższym okresie czasu, więc tak jak widzicie jeżeli chodzi o podsumowanie tej tabeli będziecie mogli sobie ją przejrzeć później na spokojnie, ale jeżeli chodzi o łączne koszty bieżące, tak jak widzimy w

przypadku PrestaShop, open source i platformy SaaS średnio W przypadku Presty zaczynamy w zasadzie od zera a w przypadku Sasa na przestrzeni trzech lat te koszty kształtują się już po prostu [00:19:00] zupełnie inaczej.

Chciałbym jeszcze wrócić do tego jakie rozwiązania jako PrestaShop oferujemy do B2B i B2C. Posiadamy trzy wersje naszego oprogramowania. Wszyscy pracujecie, czy większość z Was pracuje na wersji Classic. Jest to wersja dostępna jako wersja Basic, open source'owa. I większość sklepów internetowych jest oparta właśnie o to rozwiązanie.

Posiadamy również wersję z hostingiem więc jeżeli potrzebujecie zmiany bardziej skalowalnej i szybkiej platformy hostingowej, zapraszamy również do współpracy poprzez agencję. My możemy taki hosting dla Was skonfigurować. Nowością w naszej ofercie jest rozwiązanie Enterprise, które również jest rozwiązaniem open source, więc w tej kwestii nie zmienia się nic i nadal jest to Jesteście właścicielem sklepu internetowego nawet w przypadku Enterprise.

Enterprise jest to wersja PrestaShop [00:20:00] 8.2, która jest oczywiście z otwartym kodem dla Was dostępna wzbogaconym o nasze rozwiązania dodatkowe, ale przeznaczona dla większych sklepów internetowych Razem po prostu w połączeniu z naszym hostingiem, więc wzbogacono również o nasze wsparcie jeżeli chodzi o pewne elementy zgodności, więc jeżeli posiadacie odpowiedniej wielkości sklep internetowy, to zapraszamy poprzez agencję również do współpracy możemy takie rozwiązanie dla Was wdrożyć.

Tak jest to jeszcze jedno słowo na temat Enterprise, nasza nowa platforma zapewnia kontrolę nad danymi kodem i kosztami. Zawsze możecie również z Enterprise zrezygnować jesteście cały czas właścicielem swojego sklepu internetowego. Korzyści ze znajomości TCO. Mamy dwa okna tutaj mamy korzyści mamy [00:21:00] ryzyka.

Przede wszystkim kontrola kosztów, przewidywanie przyszłych wydatków, optymalizacja zasobów, wsparcie w podejmowaniu decyzji no i lepsza ocena zwrotu z inwestycji bardziej przede wszystkim Ogólnie efektywne zarządzanie finansami. Takie jest przeznaczenie tego wskaźnika i świadomość po prostu istnienia tego wskaźnika pomoże Wam po prostu w tym, aby lepiej kontrolować własne finanse.

Docelowo zapraszam też do zapoznania się z publikacjami na ten temat w internecie, jest tego mnóstwo, ale warto mieć świadomość że takie coś istnieje właśnie po to, żeby Nie ponosić takich ryzyk jakie widzicie po prawej stronie, że jesteście nieświadomi tego, co Was czeka, a docelowo może się okazać że

macie nieprzewidziane wydatki co może spowodować pewną chwiejność, jeżeli chodzi o [00:22:00] Wasze możliwości lub możliwości rozwoju chociażby, tak?

To jest... To może być poważny problem. Czy chociażby ryzyko utraty rentowności, dokładnie. Także tak to wygląda, jeżeli chodzi o wnioski. Całkowity koszt posiadania jest kluczowym wskaźnikiem przy tworzeniu lub projektowaniu sklepu internetowego, odgrywa istotną rolę w biznesplanie przed rozpoczęciem projektu oraz w codziennym zarządzaniu firmą.

Ułatwia obliczanie zwrotu z inwestycji Księgowanie wydatków, kosztów operacyjnych lub amortyzacji. Ważne narzędzie decyzyjne, dlatego warto mieć świadomość że taki wskaźnik istnieje. Pomaga nam po prostu przewidywać i patrzeć na swoją działalność długoterminowo, aby lepiej zarządzać przyszłymi potrzebami finansowymi.

Myślę, że [00:23:00] troszeczkę Wam przybliżyłem ten wskaźnik i zachęciłem do tego, żeby w przyszłości zainteresować się chociażby obliczeniem takiego wskaźnika i zwróceniem na niego uwagi przy podjęciu decyzji jeżeli chodzi o rozwój własnego systemu e-commerce lub jakiegokolwiek innej decyzji, bo warto po prostu mieć taką świadomość.

Dzięki bardzo.

Grzegorz Frątczak: Cześć cześć Jakbyś mógł wyłączyć podzielenie. O, Artur. Wielkie dzięki za podzielenie się. Artur, takie pytanie tutaj A jakie są według Ciebie takie najczęstsze błędy popełniane przez firmy przy szacowaniu PCO czyli tego całkowitego kosztu

Artur Stempień: Przede wszystkim, tak jak mówię, zła analiza wstępna samego zakupu systemu I tutaj może się okazać że wzięliśmy pod uwagę [00:24:00] tylko pierwszy koszt projektowania plus Wdrożenia platformy razem z kosztem hostingowym, ale nie wzięliśmy pod uwagę obsługi, nie wzięliśmy pod uwagę modułów rozszerzeń, nie planowaliśmy pewnych działań w dłuższej perspektywie czasu i warto przede wszystkim zwrócić na to uwagę.

W momencie, kiedy nasz biznes się po prostu rozwija i pojawiają się nowe możliwości, również w zakresie współpracy z innymi firmami Jakimiś hurtowniami, zależy od profilu działalności, ale możemy potrzebować rozszerzeń czy modyfikacji, kustomizacji różnego rodzaju. Może się okazać że aktualny wybór powiedzmy platformy hostingowej Już za pół roku będzie wyborem złym ponieważ będziemy generować spory ruch, co może nam po prostu wygenerować również dodatkowe koszty.

Więc warto sobie takich scenariuszy przeanalizować kilka i wziąć te [00:25:00] scenariusze po prostu pod uwagę. Optymistycznie mniej optymistycznie na różnych zasadach i wtedy podjąć tą decyzję. Również biorąc pod uwagę wszystko, o czym jesteśmy informowani na bieżąco, czyli to, co nam proponuje agencja przeanalizować dokładnie każdą składową oferty, żeby...

Bo wiadomo, że jeżeli ktoś podejmuje jakąś decyzję, może czegoś nie wiedzieć, może na czymś się nie znać, może zdecydować się na coś, a nie do końca podjąć tą decyzję świadomie, więc warto po prostu skonsultować to i zapoznać się dokładnie po prostu z tym wszystkim, żeby na przyszłość już mieć to przemyślane i nie spotkać się ze ścianą czy z kłopotami, które mogą się wydarzyć.

Grzegorz Frątczak: Artur wielkie dzięki, że się z nami podzieliłeś [00:26:00] i co już mogę ci jeszcze powiedzieć? Życzę ci chyba pięknego dnia dzisiaj, na koniec.

Artur Stempień: Też również, Grzegorz dla was wszystkiego dobrego dla całego waszego teamu i miłego popołudnia. Dziękuję wam za to, za uwagę.

Dzięki.