

Będzie jeszcze drożej

23 stycznia 2022

Firmy podnoszą ceny bo rosną ich koszty wytwarzania – ale i dlatego, że chcą zwiększyć własne zyski.

Miniony rok 2021 był okresem wyraźnego wzrostu inflacji. Według prognoz Polskiego Instytutu Ekonomicznego z podobną skalą tego zjawiska będziemy mieć do czynienia w 2022 roku, gdy średnioroczna inflacja wyniesie 7,3 proc.

Te prognozy znajdują odzwierciedlenie w działaniach oraz planach przedsiębiorstw. Zauważalny jest zarówno wysoki odsetek firm raportujących podniesienie cen (44 proc.) i marż (42,5 proc.) w minionym roku, jak i mających dalsze plany podwyżek – na co wskazuje 42,1 proc. badanych w 2022 r. Wśród deklarowanych przyczyn podnoszenia cen firmy najczęściej wskazują na wzrost kosztów pracy i wytwarzania, a rzadziej wymieniają chęć zwiększania marż – wynika z najnowszego badania Polskiego Instytutu Ekonomicznego.

Te 44 proc. firm. które podniosło ceny stanowi zdecydowaną większość. Stawki utrzymało 37 proc., a zaledwie 8 proc. obniżyło ceny swoich produktów i usług (jak widać, 11 proc. przedsiębiorstw nie miało zdania). Z podnoszeniem cen najczęściej mieliśmy do czynienia w przemyśle i budownictwie, gdzie ponad połowa przedsiębiorstw podniosła ceny, zaś najrzadziej w usługach.

Okazuje się, że podnoszenie cen stanowiło skuteczny sposób na poprawę wyników.

– Warte odnotowania jest to, że wśród firm, które oceniały swoją sytuację finansową jako dobrą, niemal połowa (47 proc.) podniosła ceny swoich produktów i usług. W przypadku przedsiębiorstw z przeciętną lub złą sytuacją finansową działało się to znacznie rzadziej. Jednocześnie, w grupie 42,5 proc. firm deklarujących poprawę marż w 2021 r., aż 60 proc. firm

podniosło ceny. 42,1 proc. firm planuje zwiększyć swoje marże również w 2022 r. – mówi Katarzyna Dębowska, kierownik zespołu prognozowania gospodarczego w Polskim Instytucie Ekonomicznym.

Prognozy PIE wskazują na utrzymywanie się podwyższonej inflacji (powyżej celu Narodowego Banku Polskiego) co najmniej przez najbliższe dwa lata. Średnioroczna inflacja w 2022 roku wyniesie 7,3 proc., ale w majowym szczycie aż 9 proc. Ponieważ inflacja zostanie w polskiej gospodarce na dłużej, firmy wdrażają działania dostosowawcze, wśród których znajdują się oczywiście podwyżki cen.

Przyczyny podnoszenia cen produktów i usług podawane przez przedstawicieli poszczególnych sektorów gospodarki są zróżnicowane. O ile w przypadku budownictwa ceny wzrosły głównie pod presją wzrostu kosztów wytworzenia, to transport, spedycja, logistyka i produkcja podnosiły je przede wszystkim z powodu wzrostów kosztu pracy. Z kolei firmy usługowe podnosząc ceny, próbowały odbudować finanse po recesji. Spośród firm, które odnotowały wyższe koszty wynikające z trudności w dostępie do produktów i usług, ceny podniosło w 2021 roku 47 proc.

Opierając się jedynie na deklaracjach przedsiębiorców można byłoby dosyć jednoznacznie powiedzieć, że w polskiej gospodarce występuje już spirala cenowo-płacowa. Firmy raportują, że podnosiły ceny głównie ze względu na wzrost kosztów płac, a jak wynika z danych Eurostatu te rosną najszybciej od 2008 roku. Ale to nie jest pełny obraz. Wydaje się, że często chcą też one po prostu zwiększyć swoje zyski.

– W naszych badaniach co prawda tylko 38 proc. przedsiębiorców wskazywało podniesienie cen jako sposób na próbę odbudowy sytuacji finansowej firmy. Można jednak przypuszczać, że część z nich spontanicznie unikała takich deklaracji, bo z danych Głównego Urzędu Statystycznego wynika, że dzięki podniesieniu cen przedsiębiorstwom udało się z nawiązką odbudować

nadszarpnięte przez pandemię marże. Co ciekawe, w innej części naszego badania firmy już przyznają się do lepszej sytuacji finansowej w 2021 roku, która jest pokłosiem podniesienia cen i poprawy marż – komentuje Andrzej Kubisiak, zastępca dyrektora ds. badań i analiz w Polskim Instytucie Ekonomicznym.

W rozpoczętym 2022 roku skłonność do podnoszenia cen, a co za tym idzie poprawy marż przez firmy wciąż będzie wysoka – czemu sprzyjać będzie otoczenie makroekonomiczne w Polsce, na czele z wysokim popytem oraz podwyższoną inflacją.

Jak dodaje Andrzej Kubisiak, szczególnie będzie to widoczne w sektorze przemysłowym, który korzysta na przesunięciu konsumpcji z usług na towary. A także w branży spedycyjno-transportowo-magazynowej, która cały czas próbuje się odbudować po trudach 2020 roku.

Autorstwo: AL

Źródło: [Trybuna.info](https://trybuna.info)