

Zbliża się koniec wojny cenowej, jaką znamy

6 września 2024

Ekspertcy rynkowi przewidują, że po wakacjach codzienne zakupy zdrożeją rdr. o ok. 5%. Argumentują to m.in. wzrostem inflacji, cen gazu i energii elektrycznej, a także poprawą sytuacji finansowej Polaków. Mówią też o tym, że w jakimś stopniu wyhamuje wojna cenowa sieci handlowych, bo Polacy są nią już zmęczeni. Musi więc pojawić się na rynku coś świeżego. A jeśli to się potwierdzi, drożyzna przestanie być stopowana. Niektórzy eksperci przewidują też, że przed Bożym Narodzeniem wzrosty cen sięgną nawet 6-7% rdr. i to będzie kolejny szok dla konsumentów. Inni znawcy rynku twierdzą, że w tym okresie retailerzy nie będą mogli sobie pozwolić na tego rzędu podwyżki, bo klienci ograniczyliby świąteczne zakupy. Natomiast co do jednego panuje wyjątkowa zgodność. W sklepach będzie coraz drożej.



Od co najmniej pięciu miesięcy dynamika wzrostu cen sukcesywnie idzie w górę. Jak wynika z comiesięcznych raportów pt. „Indeks Cen w Sklepach Detalicznych”, autorstwa m.in. Uniwersytetu WSB Merito, w lipcu br. codzienne zakupy zdrożały

rdr. o niecałe 4%, w czerwcu – o nieco ponad 3%, w maju – o niespełna 3%, a w kwietniu – o przeszło 2%. „Podobnie widzi to GUS, tylko bierze w tym kontekście pod uwagę nieco węższy asortyment, czyli żywność i napoje bezalkoholowe. Natomiast wyniki pierwszego raportu uwzględniają też m.in. chemię gospodarczą, art. dla dzieci i karmy dla zwierząt. Dlatego dane mogą nieco się od siebie różnić, ale niestety przynoszą ten sam wniosek. W sklepach jest coraz drożej” – mówi Robert Biegaj, ekspert rynku retailowego z Grupy Offerista.

Jak zapewnia dr Maria Andrzej Faliński, były dyrektor generalny POHiD-u, dynamika wzrostu cen w sklepach dalej będzie rosła. Zdaniem eksperta, po wakacjach codzienne zakupy zdrożeją o ok. 5% rdr. „Podstawowym argumentem do tego będzie, zapowiadany w wielu firmach, kolejny wzrost wynagrodzeń Polaków. Co roku we wrześniu produkty w sklepach z reguły tanieją, bo klienci mają w portfelach mniej pieniędzy po urloпах. Jednak tym razem tak nie będzie. I przemawia za tym zdecydowana poprawa nastrojów konsumenckich” – wyjaśnia dr Faliński.

Z kolei ekspert z Grupy Offerista zgadza się z tym, że jesienią ceny w sklepach mogą poszybować o ok. 5% rdr. I dodaje, że podwyżki będą również powiązane z ogólnym wzrostem inflacji, a także cen gazu i energii elektrycznej. „Zagłębiając się bardziej w temat, należy wskazać, że producenci zderzają się z dodatkowymi kosztami. A skoro problem zaczyna się na początku łańcucha dostaw, to dalej jest tylko gorzej, bo każdy gracz na rynku po kolei dokłada swoją podwyżkę, żeby przypadkiem nie stracić” – zwraca uwagę ekspert.

W niektórych branżach producentom jest naprawdę bardzo ciężko, co podkreśla dr Faliński. „Wielu z nich rujnują czynniki pogodowe. Można wręcz powiedzieć, że krajowy rynek warzyw i owoców praktycznie się rozsypał. To jednak dłuższy temat, który również należałoby zgłębić. Natomiast kolejnym powodem jesiennej drożyzny w sklepach będzie odmrożony kilka miesięcy

temu VAT” – podkreśla rozmówca.

Według Roberta Biegaja ten ostatni czynnik ma obecnie mniejszy wpływ na kształtowanie się cen w sklepach, zwłaszcza w obliczu toczącej się wojny cenowej pomiędzy największymi dyskontami na rynku. „Bez niej byłoby jeszcze drożej. Obecnie do tej walki dołączają też hipermarkety, które próbują odbudować swoją pozycję na rynku. Ponadto zaczynają w niej uczestniczyć sieci convenience, chcące odebrać dyskontom tzw. spontanicznego klienta. Same dyskonty raczej nie wchodzi w ostrą narrację z nowymi konkurentami. Robią to w stonowany sposób, co oczywiście stopuje podwyżki cen” – analizuje ekspert.

Konsumenci mogą cieszyć się z tego, że wojna cenowa w sklepach obniża ceny. Jednak – w opinii eksperta z Grupy Offerista – ta sytuacja już nie potrwa długo. „Tuż po wakacjach – szczególnie we wrześniu i w październiku – sieci handlowe będą próbowały finalnie przerzucić na konsumentów ponoszone przez dłuższy czas dodatkowe koszty. Nie będą przecież w nieskończoność ciąć marż, bo nie ma to sensu biznesowego. Retailerzy nie działają charytatywnie. Muszą sobie wszystko kalkulować i odpowiednio szybko reagować na sytuację. I to będzie czynnik kolejnego wzrostu cen” – ostrzega Robert Biegaj.

Nie do końca zgadza się z tym dr Faliński, który uważa, że wojna cenowa jeszcze długo będzie trwała na rynku. „Właściwie, dopóki żaden segment nie przebije dyskontów w stosowaniu ich własnej strategii, polegającej na oferowaniu niskich cen dobrych jakościowo produktów marek własnych, nie ma mowy o zakończeniu wojny. Warto wiedzieć o tym, że ona była już przewidywana w Niemczech 30 lat temu. Teraz trudno jest wypracować lepszy sposób na przyciągnięcie klientów do sklepów” – przekonuje były dyrektor generalny POHiD-u.

Odnosząc się do tak postawionej tezy, Robert Biegaj zwraca uwagę na to, że nie chodzi o całkowite zakończenie wojny, tylko o zmianę jej formy, bo konsumenci są już zmęczeni ciągłym słuchaniem, jak to jedna sieć jest tańsza od drugiej.

Do tego cała operacja nieco straciła na świeżości. Ekspert jednocześnie dodaje, że z pewnością retailerzy podejmą nowe działania, bo walka na ceny – w takiej czy innej formie – musi jakoś się toczyć na rynku. Jest poniekąd wpisana w handel. Tylko nie będzie przynosić konsumentom tyle oszczędności co teraz i przez to produkty w sklepach znowu zdrożeją. W powiązaniu z rosnącą inflacją to będzie podwójne uderzenie w portfele Polaków.

„Trzeba też brać pod uwagę kolejny czynnik. Jeśli konsumpcja będzie rosła wraz z nastrojami zakupowymi Polaków, to wówczas sieci handlowe dodatkowo podkreślą ceny. Będą chciały przy okazji zarobić, ale też odbić sobie poprzednie słabsze okresy. Wobec tego ceny w sklepach na pewno pójdą w górę. I w grudniu może to się skończyć wzrostem cen na sklepowych półkach nawet o 6-7% rdr. Nie można też wykluczyć tego, że to będzie jeszcze większy skok” – prognozuje Robert Biegaj.

Do powyższego ekspert dodaje, że w kolejnych miesiącach będzie można zauważyć rotację dynamiki wzrostu cen na różnych kategoriach. To będzie powodowało krótkoterminowe i bardziej oddalone w czasie podwyżki cen. „Będzie wyraźnie widać utrzymujący się trend wzrostowy w większości grup produktów. Producenci i sieci handlowe będą myśleć o podnoszeniu cen w taki sposób, żeby nie były to zbyt widoczne działania dla konsumenta. I będzie to rozłożone raczej w dłuższej – kilkumiesięcznej perspektywie, o ile oczywiście na rynku nie wydarzy się nic gwałtownego, co mogłoby tę sytuację jeszcze bardziej zaostrzyć” – prognozuje ekspert.

Z kolei dr Faliński przewiduje, że przed Bożym Narodzeniem ceny w sklepach wzrosną znów o 5% rdr. „Jednak 5% rdr. we wrześniu to nie to samo co 5% rdr. w grudniu, gdy w sklepach odbywa się największa sprzedaż w skali roku. Konsumentom są przyzwyczajeni do określonych zakupów w tym czasie i bardziej lubią wtedy wydawać pieniądze. Ale nie mogą zbyt mocno poczuć podwyżek, bo przestaną czuć świąteczny klimat i zwyczajnie obrażą się na sklepy” – argumentuje.

Podsumowując, Robert Biegaj zaznacza, że oprócz krajowych czynników, wiele złego może też przynieść sytuacja na świecie. Jeżeli np. zaostrzy się konflikt w Ukrainie albo coś wydarzy się na Bliskim Wschodzie, to u nas też skomplikuje się sytuacja. I do ww. wartości niestety trzeba będzie dołożyć kilka dodatkowych procent. Podwyżki cen nie będą oczywiście takie, jak w szczycie zeszłorocznej inflacji, ale z pewnością konsumenci je odczują, gdy zaczną się zbliżać Boże Narodzenie.

Zdjęcie: [Victoria_Borodina](#) (CC0)

Źródło: [MondayNews.pl](#)