Warszawa 30.09.2025 r.

INFORMACJA PRASOWA

**BIG InfoMonitor: Inflacja w odwrocie, ale firmy nie rezygnują z podwyżek cen**

**Choć inflacja w Polsce spadła, dla licznego grona przedsiębiorstw wciąż najważniejszym wyzwaniem pozostaje presja kosztowa. W bieżącym roku aż 48 proc. firm informuje o podnoszeniu cen, w tym 15 proc. już to zrobiło, a jedna trzecia zrobi to jeszcze w tym roku. Najczęściej wskazywane powody to rosnące koszty pracy, energii i komponentów. Jednocześnie mimo wymienionych wyzwań rynkowych niemal co czwarta działa bez żadnego zabezpieczenia finansowego. Jeśli chodzi o podejmowanie decyzji biznesowych, dla wielu firm intuicja wciąż pozostaje kluczowym narzędziem decyzyjnym – wynika z badania przygotowanego na potrzeby BIG InfoMonitor i BIK.**

Blisko połowa firm zdecydowała się na korektę swoich cenników w górę. To wyraźny sygnał, że pomimo spadku inflacji, koszty operacyjne nadal stanowią istotne obciążenie. Wśród głównych czynników wskazywane są wyższe koszty zatrudnienia związane z podwyżką płacy minimalnej, rosnące rachunki za energię oraz drożejące produkty wykorzystywane w dalszych procesach. Z drugiej strony niemal jedna piąta firm (17 proc.) przyznaje, że zamiast podwyżek rozważa obniżki cen, co jest efektem silniejszej konkurencji i rosnących oczekiwań konsumentów. Jednak tylko nieliczni mogą pozwolić sobie na taką strategię, która docelowo może być szansą na poprawę sytuacji finansowej.

**Gdzie spodziewać się podwyżek cen?**

Najwięcej przedsiębiorstw deklarujących podwyżki działa w usługach, bo aż 37 proc. firm planuje zmianę cenników w bieżącym roku. Branża ta jest szczególnie wrażliwa na rosnące koszty pracy i energii, które stanowią podstawę jej funkcjonowania. Właśnie dlatego decyzje o korektach cen zapadają tutaj częściej i szybciej niż w innych sektorach.

Niewiele mniej, bo po 34 proc. firm, przewiduje podwyżki w handlu i przemyśle. To obszary, które silnie odczuwają rosnące koszty działalności, ale jednocześnie działają w warunkach dużej konkurencji, co wymusza działanie na niskim poziomie marż. Wprowadzanie korekt cen musi być zatem zrównoważone i obwarowane ryzykiem, że klienci wybiorą tańsze alternatywy.

Przedstawiciele branży transportu na tle pozostałych w najmniejszym stopniu deklarują podwyżki cen. Jedynie 23 proc. z nich zamierza je podnieść. To sektor szczególnie ostrożny, ponieważ aż 47 proc. badanych zadeklarowało, że nie planuje żadnych zmian. Rentowność firm transportowych od dawna opiera się na minimalnych marżach, a duża konkurencja i silna presja popytowa sprawiają, że przestrzeń do podwyżek jest bardzo ograniczona. Co więcej, zarówno w handlu (24 proc.), jak i w przemyśle (23 proc.) widoczna jest duża grupa firm, które jeszcze nie podjęły decyzji, co pokazuje skalę niepewności w warunkach zmiennych kosztów surowców i energii.

**Oblicza presji cenowej w sektorach**

Według wyników badania wykonanego na zlecenie BIG InfoMonitor i BIK w produkcji najczęściej wskazywaną przyczyną korekt jest inflacja. Aż 58 proc. przedsiębiorstw uznało ją za główny czynnik skłaniający do zmiany polityki cenowej. Na drugim miejscu znajdują się koszty pracy, które wymieniło 54 proc. ankietowanych. To wyraźny dowód, że sektor przemysłowy znajduje się pod silną presją zarówno globalnych trendów cenowych, jak i lokalnych obciążeń wynikających z rosnących wynagrodzeń. Firmy produkcyjne nie mają wyboru – muszą przenosić te koszty na odbiorców, aby utrzymać opłacalność.

Z perspektywy usług kluczowe są wynagrodzenia - 57 proc. firm traktuje je jako główny czynnik wzrostu cen. Tuż za nimi plasują się rachunki za energię, wskazane przez 48 proc. przedsiębiorców. Sektor usługowy jest wyjątkowo pracochłonny i oparty na kosztach bieżących, które trudno ograniczyć.   
W efekcie przedsiębiorstwa coraz częściej decydują się na przerzucenie tych obciążeń na klientów, mimo ryzyka osłabienia popytu.

Podobnie jak sektor produkcji, firmy transportowe najbardziej odczuwają inflację (50 proc.). Ze względu na specyfikę działalności na drugim miejscu znalazły się także koszty energii (44 proc.). Paliwo, opłaty drogowe i eksploatacyjne to codzienne wydatki, których skokowy wzrost natychmiast uderza w rentowność. Wysokie ceny wymuszają podwyżki, ale wiele firm wstrzymuje się z decyzją, obawiając się utraty kontraktów w warunkach bardzo ostrej konkurencji. To tłumaczy, dlaczego aż niemal połowa podmiotów nie planuje żadnych zmian cen.

W przypadku handlu najczęściej przywoływanym czynnikiem są komponenty. 43 proc. firm wskazało rosnące koszty nabywanych towarów jako główny powód podwyżek. Inflacja i energia również wpływają na decyzje, ale to właśnie ceny produktów kupowanych od dostawców są najważniejszym elementem. Branża handlowa działa pod silną presją cenową, a każda zmiana w łańcuchu dostaw szybko przenosi się na końcowego klienta.

Ostatnim badanym sektorem były firmy budowlane, które przede wszystkim zmagają się z drożejącymi materiałami (37 proc). Do tego dochodzą rosnące koszty pracy i energii, które dodatkowo osłabiają rentowność. Branża działa w warunkach dużej sezonowości i częstej walki cenowej, dlatego podnoszenie cen jest dla wielu firm jednocześnie koniecznością i ryzykiem utraty zleceń.

Biorąc pod uwagę wszystkie z wymienionych działalności, przedsiębiorcy biorący udział w badaniu znacznie rzadziej wskazują na dostosowanie cen do konkurencji (15 proc.) czy wykorzystywanie okresów wzrostu popytu (15 proc.). Jeszcze mniej (8 proc.), przyznaje, że podnosi ceny w celu zrekompensowania kosztów pośredników. Dane potwierdzają, że decyzje o korektach wynikają przede wszystkim z presji kosztowej, a nie z kalkulacji rynkowych.

– *Różnice w przyczynach podwyżek dobrze oddają specyfikę działalności poszczególnych branż*.   
*W budownictwie i handlu najważniejsze są ceny komponentów, w usługach kluczowe pozostają płace, w transporcie energia, a w przemyśle ceny surowców. Firmy reagują na realne obciążenia, które dla każdej branży wyglądają inaczej. Dlatego tempo i skala podwyżek są tak zróżnicowane – od szybkich korekt w usługach, po wstrzymanie się od decyzji zmiany polityki cenowej w transporcie. To zróżnicowanie warto brać pod uwagę, analizując ogólną kondycję gospodarki* – **podsumowuje dr hab. Waldemar Rogowski, główny analityk BIG InfoMonitor.**

**Między analityką danych a intuicją. Jak inaczej zwiększać odporność finansową w firmach?**

Polityka cenowa to nie wszystko – aby poprawić płynność finansową, przedsiębiorstwa coraz częściej sięgają po zestaw narzędzi wykraczający poza same korekty cenników. Z badania Grupy BIK wynika, że 34 proc. przedsiębiorców swoje decyzje opiera głównie na intuicji, podczas gdy 30 proc. bazuje przede wszystkim na analizie danych, a kolejne 29 proc. łączy oba podejścia w równym stopniu.

*– Jeśli chodzi o podejmowanie decyzji biznesowych intuicja nadal pełni istotną rolę, ale może prowadzić do ryzykownych lub nieoptymalnych wyborów –* podkreśla **Paweł Szarkowski, prezes BIG InfoMonitor.** *– Dostępne na rynku dane są wciąż niedostatecznie wykorzystywane. Widać potencjał w podejściu hybrydowym, w którym decyzje podejmuje się, łącząc intuicję z rzetelną analizą danych. Zamiast eliminować przeczucia, warto traktować je jako punkt wyjścia, który następnie weryfikujemy za pomocą kalkulacji. Takie podejście łączy szybkość reakcji z trafnością decyzji, minimalizując ryzyko finansowe i wspierając długoterminową stabilność przedsiębiorstwa –* **dodaje.**

Presja kosztowa wciąż pozostaje wysoka, dlatego przedsiębiorcy muszą uważnie przyglądać się swoim wydatkom i starannie planować oraz podejmować decyzje biznesowe w oparciu o racjonalne przesłanki. *- Szczególnie istotna jest ostrożność przy zawieraniu transakcji i podpisywaniu umów, aby minimalizować ryzyko partnera biznesowego. W tym kontekście narzędzia pozwalające weryfikować wiarygodność finansową kontrahentów, takie jak monitoring płatności czy raporty z BIG, stanowią realne wsparcie w utrzymaniu bezpieczeństwa finansowego i ciągłości działalności –* **komentuje dr hab. Waldemar Rogowski, główny analityk BIG InfoMonitor.**

Ostatecznie to właśnie umiejętność łączenia działań osłonowych z wykorzystaniem dostępnych narzędzi decyduje o przewadze konkurencyjnej i stabilności finansowej.

*Badanie „Skaner MSP” realizowane wśród mikro, małych i średnich firm, przeprowadzone przez Instytut Badań i Rozwiązań B2B Keralla Research, na próbie 500 firm sprzedających z odroczonym terminem płatności, techniką wywiadów telefonicznych, 3Q2025.*

**BIG InfoMonitor**, spółka z Grupy BIK, już od 21 lat dostarcza rynkowi wiarygodne informacje o zadłużeniu osób fizycznych i firm. Pomaga w ten sposób w przeciwdziałaniu zatorom płatniczym i odzyskiwaniu należności. Spółka prowadzi Rejestr Dłużników, do którego na warunkach określonych w Ustawie o BIG, każdy może wpisać dłużnika – firmę lub konsumenta zalegającego z płatnościami. Oprócz długów BIG InfoMonitor gromadzi i udostępnia pozytywne informacje gospodarcze, czyli dane o terminowych płatnościach. Raporty z BIG InfoMonitor zawierają wiarygodne informacje o kondycji finansowej osób i firm i wspierają podmioty gospodarcze w dbaniu o płynność finansową. BIG InfoMonitor posiada jedną z największych baz dłużników – zasoby rejestru obejmują ponad 100 mln informacji gospodarczych. Od początku działalności do rejestru dłużników BIG InfoMonitor wpisano blisko 33 mln zaległych zobowiązań o wartości ponad 347 mld zł. Banki, firmy pożyczkowe i inne instytucje sektora finansowego chętnie korzystają z raportów z BIG InfoMonitor w swoich procesach kredytowych. Badają w ten sposób wiarygodność płatniczą swoich klientów. Od początku działania BIG InfoMonitor udostępnił 303 mln raportów o wiarygodności płatniczej osób i firm.

Informacje o dłużnikach przekazują do BIG InfoMonitor m.in. dostawcy energii elektrycznej, gazu, wody i inne przedsiębiorstwa użyteczności publicznej, banki, firmy pożyczkowe, operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, firmy ubezpieczeniowe, faktoringowe, leasingowe, sektor MŚP i inne duże firmy, zarządcy nieruchomości, transport publiczny, sądy, gminy i urzędy miasta, a także osoby fizyczne.

BIG InfoMonitor jako jedyne Biuro Informacji Gospodarczej umożliwia dostęp do baz: Biura Informacji Kredytowej i Związku Banków Polskich, dzięki czemu stanowi platformę wymiany informacji pomiędzy sektorem bankowym i pozostałymi sektorami gospodarki. Głównym akcjonariuszem BIG InfoMonitor jest Biuro Informacji Kredytowej. Więcej na [www.big.pl](http://www.big.pl)

**Kontakt dla mediów:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Diana Borowiecka  Biuro PR i Komunikacji  tel.: +48 22 486 56 46  kom.: + 48 607 146 583  diana.borowiecka@big.pl |  |  |