

MEBLE NEWS NEWS NEWS

20 LAT OIGPM
1996–2016



OGÓLNOPOLSKA
IZBA
GOSPODARCZA
PRODUCENTÓW
MEBLI

W NUMERZE

STATYSTYKA

Polskim meblom potrzebne jest wsparcie / **str. 4**

Większa produkcja, większy eksport / **str. 6**

INFORMACJE

Skoncentrowane na branży / **str. 7**

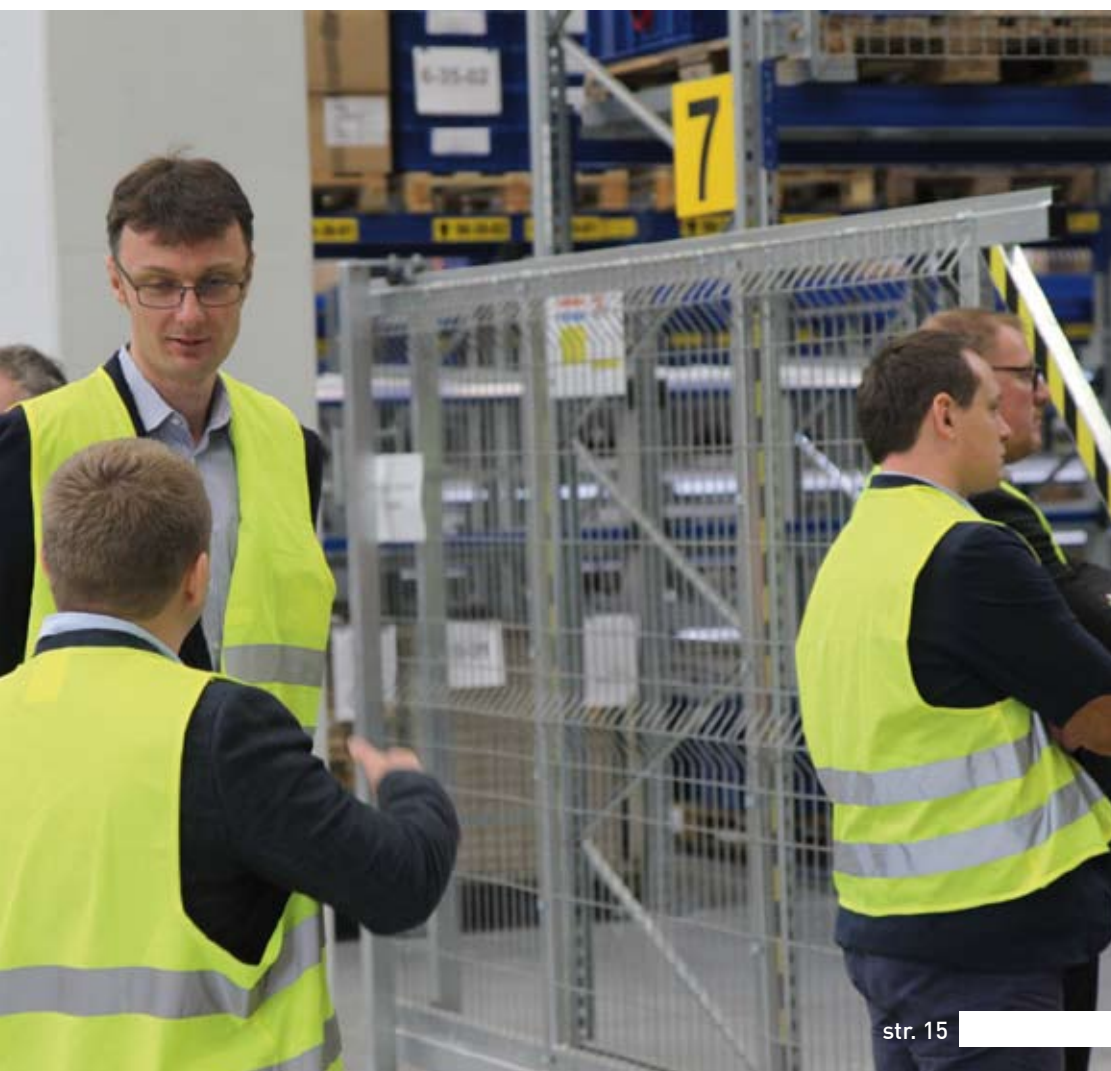
Spełniamy najwyższe wymagania / **str. 8**

Poprawa sytuacji zatrudnienia / **str. 10**

Jak skutecznie minimalizować ryzyko we współpracy z zagranicznymi kontrahentami? / **str. 12**

WYDARZENIA

Najlepsze praktyki – efektywne procesy – optymalizacja produkcji / **str. 14**



str. 15



04-028 WARSZAWA

al. Stanów Zjednoczonych 51, pokój 614

tel. 22/517 78 39

fax 22/517 77 19

www.oigpm.org.pl

www.meble.org.pl

oigpm@oigpm.org.pl

Prezes

Jan Szynaka

Wiceprezesa

Władysław Strykowski

Tadeusz Respondek

Wydawca:



INWESTOR
wydawnictwo

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 58/531 27 53

531 71 77, 531 30 23

www.wydawnictwoinvestor.pl

info@wydawnictwoinvestor.pl

Prezes

Zbigniew Owsiak

Wiceprezes

Rafat Sidor

Redakcja

Małgorzata Gackowska

na podstawie materiałów OIGPM

Korekta

Sylwia Wojtanowska

Dział DTP

Katarzyna Łukowicz

Redakcja Meblarstwo - Komponenty i Technologie

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 58/531 27 53, 531 71 77

531 30 23

www.meblarstwo24.pl



MARCIN RUTKOWSKI
– DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY
MARTELA SP. Z O.O.

Branża meblarska dziś, ale czy tak naprawdę chodzi o meble...

Rok 2015 to kolejny rok sukcesów w branży meblarskiej, co było przedmiotem lutowej konferencji prasowej OIGPM. Podsumowując – polski eksport przekroczył rekordowe 8,6 mld euro, a tym samym Polska umocniła się na 4. pozycji wśród eksporterów mebli i awansowała na 6. lokatę wśród producentów mebli na świecie. Dodatkowo, stale rosnący eksport do naszego największego partnera Niemiec i dynamiczny wzrost eksportu do Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii czy Włoch skutecznie zniwelowały skutki 26-proc. spadku eksportu do Rosji.

Wygląda to znakomicie, lecz warto spojrzeć na wskaźniki efektywności branży na tle Unii Europejskiej. Obroty na jednego zatrudnionego w Polsce na tle Niemiec, Włoch czy Francji są o 63 proc. niższe, a nawet w stosunku do Hiszpanii, będącej w recesji, o ponad 30 proc. niższe. Jednocześnie możemy nadal pochwalić się stosunkowo niskimi kosztami osobowymi na jednego zatrudnionego, ale w Rumunii czy na Litwie są one jeszcze mniejsze.

Tutaj dochodzimy do sedna problemu. Jak długo będziemy „lepsi, bo tańsi” w kontekście obecnej sytuacji i kosztów podnoszenia płacy minimalnej? Jak sprawić, aby ludzie wracali do Polski, nie dając im podobnych możliwości rozwoju jak w innych krajach Unii? Zaryzykuję też tezę, że wyzwania przed branżą meblarską odzwierciedlają wyzwania, przed którymi stoi gospodarka Polski. Pytanie zatem, jak budować wartość dodaną i wizerunek naszej branży, która jest atrakcyjna, nie tylko za niskie koszty, ale przede wszystkim, za know-how?

Megatrendy społecznościowe kształtują to, jak pracujemy, z czego korzystamy i co konsumujemy, a my oczekujemy, że rzeczywistość wokół nas będzie to odzwierciedlać. Dzisiaj w miejscu pracy spotykają się jednocześnie trzy pokolenia, każde z innymi oczekiwaniami co do środowiska, które je otacza. Ta relacja sprawia, że wypełnienie przestrzeni, której częścią jest branża meblarska, powinno rozpoznawać różne potrzeby użytkowników i ciągle zmieniający się charakter wykonywanej pracy. Dziś nie ma już potrzeby, aby każdy pracownik miał swoje własne „biurko, krzesło i szafkę”, gdyż wiele osób pracuje zdalnie, a nawet będąc fizycznie w pracy, woli posiedzieć na sofie z laptopem niż przy biurku z monitorem. Pokolenie Y (w Polsce osoby urodzone w latach 1984-1997), zwane pokoleniem milenium lub cyfrowym, ma zupełnie inne oczekiwania co do środowiska pracy niż osoby 50+, aktywne zawodowo. Dla milenialsa pokój jest jak klatka, a biurko jak łańcuch, stąd co-working, czyli współdzielenie i współpraca, co z kolei wymaga elastycznego środowiska pracy w zależności od projektu i zaangażowanego zespołu ludzi. To pokolenie niepokorne, które wymaga dokładnego zrozumienia swoich potrzeb, np. dostępu do stref dla różnego typu aktywności, możliwości doładowania smartfona czy tabletu, szybkiego Wi-Fi, miejsca chill out. Te elementy stanowią o inspirującym, odpowiedzialnym środowisku pracy, które dziś, bardziej niż wynagrodzenie, jest kluczowym elementem zaangażowania pracowników.

Odpowiedzialne środowisko pracy to także ciągła edukacja rynku. Na co dzień nie myślimy o tym, że poziom wykorzystania zasobów biura, w tym mebli, wynosi średnio 35 proc. miesięcznie...., a w tak odpowiedzialnym i ekologicznym kraju jak Finlandia utylizuje się co roku ponad 100 000 ton odpadów z mebli. Zarządzanie tymi obszarami to cel i wartość dodana dla meblarstwa, o którą wszyscy powinniśmy zabiegać dla dobra branży i wizerunku Polski, jako odpowiedzialnego i innowacyjnego partnera w Europie i na świecie.

Rok 2015 w LICZBACH

POLSKIM MEBLOM POTRZEBNE JEST WSPARCIE

W dalszym ciągu rośnie znaczenie Polski jako producenta mebli. Aktualnie zajmujemy 6. miejsce w światowym rankingu producentów mebli, pozostawiając za sobą do niedawna państwa przodujące, wysoko rozwinięte. Aktualnie w produkcji wyprzedzają nas tylko potentaci, tacy jak Chiny, USA, Niemcy, Włochy i Indie.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Rok 2015 był dobrym rokiem w kategoriach produkcji mebli. Szczególnie dużym zainteresowaniem cieszyły się meble stosowane w sypialniach, których produkcja wzrosła o 18,8 proc., co jest imponującym wynikiem. Według danych GUS minimalny wzrost odnotowano w przypadku mebli do siedzenia przekształcanych w miejsca do spania (2,9 proc.) i w meblach drewnianych, stosowanych w pokojach stołowych i salonach (1 proc.). Produkcja kuchennych mebli drewnianych spadła o 0,4 proc., co w przyszłym roku z łatwością może zostać nadrobione. Na podstawie takich danych można powiedzieć, że produkcja mebli ma się dobrze. Jedyne, nad czym trzeba popracować w tej chwili to podniesienie świadomości u klientów zagranicznych, skąd pochodzą użytkowane przez nich meble, gdyż obecnie jesteśmy atrakcyjni pod względem lokowania fabryk, lecz nie jesteśmy kojarzeni przez odbiorców z samym produktem. Klient z Zachodu ma problem z zaufaniem polskiemu produktowi. Jednocześnie stosuje go i nie wie o tym, jest z niego zadowolony, lecz pytany o polskie marki, wyraża się negatywnie.

Ważne cena i jakość

Według danych GUS wolumen produkcji półproduktów utrzymuje

się na dobrym, w miarę stabilnym poziomie. O 5,1 proc. wzrosło zapotrzebowanie na sklejkę i płyty fornirowe, zaś o 3,4 proc. wzrosło zapotrzebowanie na płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych. Produkcja płyt wiórowych pozostaje bez większych zmian, lecz produkcja oklein spadła drastycznie, bo aż o 11,6 proc. Cena i jakość półproduktów decyduje w dużej mierze o cenie i jakości mebla, dlatego tak ważne jest, jakie koszty są poniesione podczas ich nabywania. W miarę możliwości powinny być one ograniczone.

Stały wzrost wynagrodzeń i zatrudnienia

Pozytywnie nastroja fakt stałego wzrostu wynagrodzeń w branży meblarskiej i drzewnej. Nie są to duże wzrosty, lecz ważne jest, że utrzymywany jest stabilny poziom. Wynagrodzenia wznoszą się wraz z rosnącym eksportem, gdyż do pracy potrzebne są nowe osoby, posiadające odpowiednie kwalifikacje. OIGPM wychodzi naprzeciw panującej sytuacji i w 2015 roku przystąpiła do realizacji projektu europejskiego, który ma na celu aktywizację i przekwalifikowanie pracowników +45, którzy znajdują się w grupie ryzyka wykluczenia i bezrobocia. Dzięki realizacji szkolenia pracodawca otrzyma szansę zatrudnienia osób posiadających wiedzę, ale też zmotywowanych,

WOLUMEN PRODUKCJI WYBRANYCH GRUP MEBLI:

Wyroby	Jednostka miary	I-XII 2014	I-XII 2015	I-XII 2015/2014
Meble do siedzenia przekształcane w miejsca do spania	tys. sztuk	3 297,38	3 393,00	102,90
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni	tys. sztuk	3 511,04	3 497,00	99,60
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. sztuk	4 536,20	5 389,00	118,80
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach	tys. sztuk	22 589,00	22 815,00	101,00

otwartych na nowe wyzwania i szanujących pracę. Zatrudnienie w branży drzewnej wzrosło o 2,50 proc., zaś przy produkcji mebli aż o 6,20 proc. Świadczy to o dobrej kondycji sektora, który funkcjonuje tak dzięki stosunkowo niskim kosztom pracy. Niestety, należy się z tym liczyć, że kiedyś skończą się i one, a wtedy też swoje fabryki będą chcieli przenieść właściciele fabryk w Polsce, co będzie skutkowało zwolnieniami.

Polskie meble na światowych rynkach

Polski eksport cały czas osiąga wzrost. Nasze meble są dostępne już w około 218 krajach na świecie. Eksport mebli w 2014 roku przekroczył 8,6 mld euro, to jest około 36,6 mld zł. Jest to liczba imponująca, która w stosunku do 2010 roku wzrosła o około 14,2 mld zł, co stanowi 40 proc. Od momentu rozpoczęcia działalności OIGPM w 1996 roku eksport wzrósł blisko dziesięciokrotnie. Przyczyną takiego wzrostu jest promocja polskich mebli na rynku światowym i ich niska cena w stosunku do wysokiej jakości. Jednak w kwestii promocji przed Polską stoi jeszcze wiele wyzwań, gdyż im bardziej marka jest rozpoznawalna, tym za większą kwotę można sprzedać mebel. Często po pokryciu wszystkich kosztów związanych z eksportem nie zostaje na czysto zbyt wiele zysku, co skutkuje często problemami z płatnościami wśród właścicieli. Polskim meblom potrzebne jest wsparcie, gdyż bez odpowiedniej promocji nie osiągniemy takiego rozwoju, jakiego oczekujemy. Skuteczna promocja łączy się także ze wzrostem zatrudnienia i zwiększeniem eksportu. Polska jest 4. eksporterem

mebli na świecie z udziałem 6,3 proc. światowego eksportu. Według raportu „Polskie Meble Outlook 2016” w ubiegłym roku o około 20 proc. wzrósł eksport do Rumunii, Słowacji, Stanów Zjednoczonych, Portugalii, Holandii i Czech. Najważniejszymi odbiorcami w Europie w dalszym ciągu pozostają Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Czechy, Holandia i Szwecja. Oprócz promocji nasz przemysł powinien także szukać nowych rynków zbytu. Powinniśmy się otworzyć na państwa, w których nie panuje tak wielka konkurencja, dzięki czemu znacząco może wzrosnąć sprzedaż.

Podsumowanie

Znaczna część produkcji mebli w Polsce jest związana z przenoszeniem fabryk z Europy Zachodniej, gdyż u nas koszty wytwarzania są znacząco niższe. Dlatego też należy pamiętać, że wzrost eksportu nie oznacza tylko wzmocnienia branży. Polska jest atrakcyjna dla wytwórców przez stosunkowo niskie ceny siły roboczej i innych opłat bieżących związanych z prowadzeniem działalności. Problemem jest fakt, że tania siła robocza wreszcie się skończy i już należy szukać rozwiązania, gdyż coraz trudniej jest znaleźć dobrego, wykwalifikowanego pracownika. Mimo panującego bezrobocia w naszym kraju nie ma zbyt wielu chętnych osób do pracy, którym można powierzyć wykonywanie tak ważnych zadań jak produkcja. Zdolni pracownicy polskiego pochodzenia mają otwarty przed sobą Zachód i nie możemy ich zatrzymać, gdyż nie posiadamy takich zdolności materialnych.

WOLUMEN PRODUKCJI PÓŁPRODUKTÓW:

Półprodukt	Jednostka miary	I-XII 2014	I-XII 2015	I-XII 2015/2014
Sklejka, płyty fornirowe i podobne	dam ³	8 992,39	9 451,00	105,10
Płyty wiórowe i podobne płyty z drewna	dam ³	4 790,88	4 834,00	100,90
Płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych	tys. m ²	620 298,84	641 389,00	103,40
Okleiny	tys. m ²	23 410,63	20 695	88,40

PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ I DRZEWNEJ:

Rodzaj produkcji	I-IX 2014	I-IX 2015	I-IX 2015/I-IX 2014
Produkcja wyrobów z drewna, korka, stomy i wikliny	2 927,33	3 000,52	102,50
Produkcja mebli	2 912,43	3 014,36	103,50

ZATRUDNIENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ I DRZEWNEJ:

Rodzaj produkcji	I-IX 2014	I-IX 2015	I-IX 2015/I-IX 2014
Produkcja wyrobów z drewna, korka, stomy i wikliny	87,61 tys.	89,80 tys.	102,50
Produkcja mebli	131,45 tys.	139,60 tys.	106,20

DYNAMIKA HANDLU ZAGRANICZNEGO:

	I-IX 2014	I-IX 2014	I-IX 2015	I-IX 2015
	Tys. zł	Tys. euro	Tys. zł	Tys. euro
Eksport mebli	22 647 169,44	542 557,06	23 813 703,10	5 721 082,00
Import mebli	4 238 525,00	918 465,18	4 335 621,40	1 041 144,00

RAPORT „POLSKIE MEBLE OUTLOOK 2016”

WIĘKSZA PRODUKCJA, WIĘKSZY EKSPORT

Rok 2015 był bez wątpienia dla branży meblarskiej kolejnym rokiem zakończonym sukcesami. Jeszcze lepsze perspektywy rozwoju niesie ze sobą rok 2016.

 MILENA DOROZIŃSKA, B+R STUDIO

W raporcie „Polskie Meble Outlook 2016”, opracowanym przez B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego, analitycy potwierdzają tę tezę na własnych szacunkach i prognozach na podstawie oficjalnych danych. Według szacunków B+R Studio wartość produkcji sprzedanej mebli w 2015 r. wyniosła 39 mld zł wobec 36,4 mld zł w 2014 r. Oznacza to wzrost o 7 pkt. procentowych. Należy wspomnieć, że osiągnięty wynik dotyczy całej zbiorowości firm, w tym firm mikro.

Z kolei według oficjalnych danych GUS, które dostępne są za okres I-III kw. 2015 r., wartość produkcji sprzedanej równa była 25,4 mld zł z dynamiką 1,08 wobec analogicznego okresu roku poprzedniego. Warto w tym miejscu dodać, że polska branża meblarska w 2015 r. zatrudniła najwięcej osób spośród wszystkich działów przetwórstwa przemysłowego. Bazując na danych rocznych z zakresu koniunktury przemysłowej, menadżerowie z sektora meblarskiego widzieli wyraźną potrzebę zatrudniania w tej branży. Wraz ze wzrostem produkcji mebli w 2015 r., wzrastała także wartość mebli eksportowanych z Polski. Eksport mebli w 2015 r. przekroczył 8,6 mld euro, to jest około 36,6 mld zł. Miniony rok 2015 charakteryzował się dynamicznymi wzrostami eksportu do takich krajów, jak: Rumunia (dynamika 1,24), Słowacja i Stany Zjednoczone z dynamiką po 1,21.

Warto wspomnieć, że w 2014 r. Polska awansowała z miejsca 7. na 6. w światowym rankingu producentów mebli.

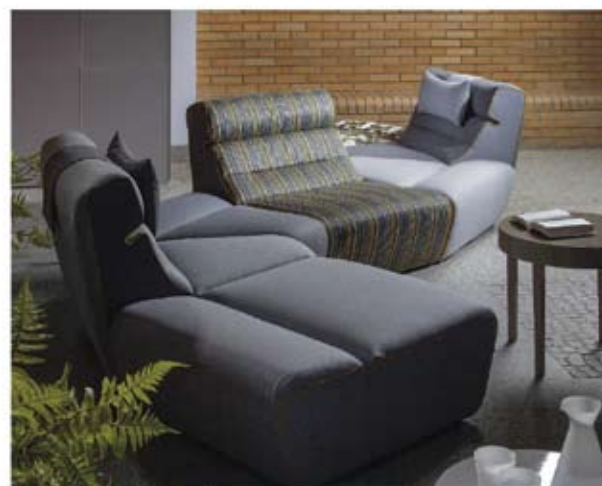
B+R Studio w swoim branżowym raporcie przewiduje, że w 2016 r. będzie miała miejsce kontynuacja trendu wzrostowego w zakresie produkcji mebli. Ponadto na rynku mebli klientów indywidualnych spodziewamy się niewielkiego ożywienia. Szacunkowa wartość tego rynku w 2015 r. wyniosła 5,18 mld zł, a w 2016 r., według prognozowanych obliczeń B+R Studio, będzie opiewać na 5,2 mld zł.

RAPORT

B+R STUDIO
analizy rynku meblarskiego

POLSKIE MEBLE OUTLOOK 2016

TOMASZ WIKTORSKI



www.brstudio.eu

W CELU UZYSKANIA KOMPLEKSOWEJ WIEDZY NA TEMAT ZMIENIAJĄCEJ SIĘ
BRANŻY MEBLARSKIEJ W POLSCE ZAPRASZAMY DO LEKTURY RAPORTU „POL-
SKIE MEBLE OUTLOOK 2016”. Fot. B+R STUDIO



WARSZTATY I SZKOLENIA

SKONCENTROWANE NA BRANŻY

W programie tegorocznej edycji targów MEBLE POLSKA, która odbędzie się w dniach 8-11 marca w Poznaniu, znalazły się szkolenia i prezentacje dotyczące różnych zagadnień związanych z branżą meblarską.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Targi MEBLE POLSKA to nie tylko okazja do zapoznania się z aktualną, szeroką ofertą handlową polskich i zagranicznych producentów mebli. Istotnym punktem są również wydarzenia towarzyszące, do których organizator przykłada ogromną wagę.

Również w tym roku odwiedzający targi będą mieć okazję do uczestniczenia w imprezach towarzyszących, skoncentrowanych na najważniejszych tematach branży. W szczególności zapraszamy do uczestnictwa w wydarzeniach współorganizowanych przez OIGPM.

* 9 marca, paw. 7, sala 1A antresola, godz. 11:00 – 12:00

Seminarium **Fundusze europejskie dla przedsiębiorstw branży meblarskiej w 2016 roku – przegląd konkursów. Kluczowe czynniki sukcesu** – Robert Schmidt (INFOSYSTEMS).

* 9 marca, paw. 7, sala 1A antresola, godz. 12:15 – 12:45

Seminarium **Opracowanie metod badawczych dla oceny adhezji i odporności na ciepło krawędzi mebli. Projekt międzynarodowy o akronimie ALL ON EDGE** – Magdalena Nowaczyk-Organista (ITD).

* 10 marca, paw. 7, sala 1A antresola, godz. 11:00 – 11:30

Seminarium **Projekt europejski – BEYOND 45 – Nowe szanse dla pracowników i pracodawców w branży meblarskiej** – Sylwia Oleńska (OIGPM / SGGW Warszawa).

* 10 marca, paw. 7, sala 1A antresola, godz. 12:00 – 13:00

Seminarium **Polskie Meble OUTLOOK 2016 – Perspektywy rozwoju branży na rok 2016** – Tomasz Wiktorski (B+R Studio).

* 10 marca, paw. 7, sala 1A antresola, godz. 13:30 – 14:30

Seminarium **Przykłady łączenia systemów informatycznych dla branży meblarskiej** – Tomasz Zarzycki, Zbigniew Maciejewicz (Country Manager Poland, 2020).

* 10 marca, paw. 7, sala 1C antresola, godz. 15:00 – 17:00

Seminarium **Optymalizacja w meblarstwie – zmiana procesów technologicznych czy zmiana kultury zarządzania?** – Grzegorz Gawroński (STAUFEN POLSKA).



WARSZTATY I SZKOLENIA ORGANIZOWANE PRZEZ OIGPM CIESZĄ SIĘ DUŻYM ZAINTERESOWANIEM PRZEDSTAWICIELI BRANŻY MEBLARSKIEJ. FOT. OIGPM

W głębokim przekonaniu o atrakcyjności zarówno samych targów, jak i wymienionych wyżej imprez towarzyszących serdecznie zapraszam Państwa do odwiedzenia ekspozycji, a szczególnie do wizyty na stoisku Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli (pawilon 7, BOT), a także do uczestnictwa w powyższych spotkaniach branżowych. Udział w szkoleniach jest bezpłatny.



WYSOKI POZIOM MERYTORYCZNY TO GWARANCJA SZKOLEŃ BRANŻOWYCH. FOT. OIGPM

20-LECIE OIGPM

SPEŁNIAMY NAJWYŻSZE WYMAGANIA

Obecny okres jest dla branży meblarskiej wielką szansą dalszego umocnienia i zaznaczenia swojej obecności na rynkach światowych.

 JAN SZYNAKA, PREZES OGÓLNOPOLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ PRODUCENTÓW MEBLI

W tym roku przypada jubileusz 20-lecia istnienia Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli. 20 lat to powód do dumy! Zbudowaliśmy silną, solidną i cieszącą się Państwa zaufaniem organizację gospodarczą, która od początku działalności miała na celu promowanie polskiego meblarstwa.

Początki OIGPM sięgają roku 1993, kiedy to zrodziła się inicjatywa powołania Samorządu Gospodarczego w przemyśle meblarskim. W składzie pierwszego Komitetu Organizacyjnego znaleźli się przedstawiciele takich fabryk mebli, jak: Meblarska Spółdzielnia Pracy „Dąb” z Gdyni, Fabryka Mebli „MEBLEX” z Łęki Opatowskiej, Wielkopolskie Fabryki Mebli w Obornikach, Swarzędzkie Fabryki Mebli, Jarocińskie Fabryki Mebli, Fabryka Mebli „FORTE” z Ostrowi Mazowieckiej oraz przedsiębiorstwo „Polskie Meble” z Poznania. Można więc powiedzieć, że byli to pierwsi członkowie, pionierzy Izby, która w efekcie podjętych działań oficjalnie została wpisana do Rejestru Izb Gospodarczych w październiku 1996 r. Głównym celem Izby w tamtym czasie była przede wszystkim ochrona interesów polskich producentów mebli w trudnym okresie transformacji polskiej gospodarki.

Choć minęło tyle lat, warunki ekonomiczno-polityczne uległy diametralnej zmianie, naszym nadrzędnym celem jest nadal ochrona interesów polskiej branży meblarskiej, co – jak miemam – z sukcesem czynimy, zarówno w kraju, jak i za granicą. OIGPM od początku swego istnienia podejmuje

OIGPM reprezentuje najbardziej dynamicznie rozwijający się sektor polskiej gospodarki

OIGPM reprezentuje interesy blisko 25 000 przedsiębiorstw meblarskich, zatrudniających blisko 160 000 osób

OIGPM działa nieprzerwanie od 20 lat

OIGPM zrzesza producentów mebli oraz firmy z otoczenia branży meblarskiej



akcje związane z promowaniem polskich mebli na rynkach zagranicznych jako doskonałego polskiego towaru eksportowego. Przez lata Izba zdobyła wielopłaszczyznowe doświadczenie związane z problematyką promocji polskich mebli na wielu rynkach zagranicznych, a także nawiązała szerokie kontakty z organizacjami branżowymi i ośrodkami targowymi zarówno w samej Europie, jak i poza jej granicami.

Ponad powyższe, do naszych zadań należy również ochrona interesów gospodarczych zrzeszonych podmiotów oraz reprezentowanie ich przed administracją państwową i samorządową wszystkich szczebli, a także kształtowanie w obrocie gospodarczym zasad dobrego obyczaju i uczciwej konkurencji. Od wielu lat dokładamy wszelkich starań, by zapewnić polskim producentom mebli uczciwy dostęp do surowca drzewnego, a także dbamy o właściwe stanowienie prawa w tym zakresie.

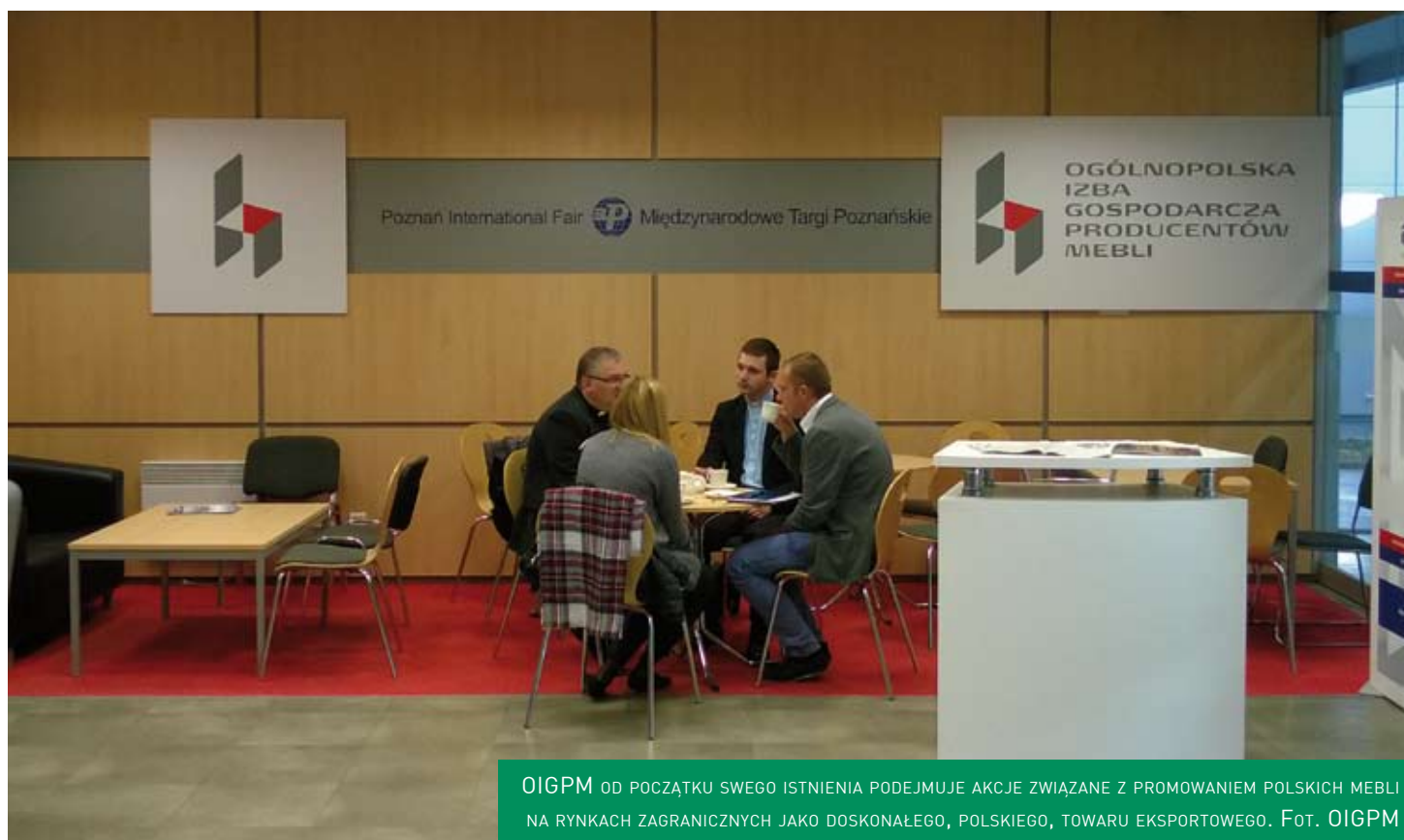
Izba została powołana do życia przez producentów mebli i to właśnie oni stanowią jej główny trzon. Jednakże poza producentami mebli do Izby należą również firmy związane z naszą branżą, jak np.: producenci płyt wiórowych, producenci okuć meblowych, a także Międzynarodowe Targi Poznańskie.

Bez nich nie można by dziś mówić o sukcesie polskiego meblarstwa. Sukcesie okupionym ciężką pracą i ciągłymi inwestycjami, nieustannym rozwojem. Od lat konkurujemy z czołówką światową, z najlepszymi graczami na rynku. Nie jest to proste zadanie. Polskie meblarstwo ciągle musi stawiać czoła różnym niekorzystnym zjawiskom wpływającym na jego rozwój. Innowacyjność mebli nie jest tylko sloganem z kampanii na temat funduszy unijnych. To potrzeba na dzisiaj i na kolejne lata. Ogromnym problemem warunkującym dalszy rozwój fabryk mebli są obecnie ciągle rosnące koszty działalności, w tym koszty surowców, pracy, energii itp. Dlatego też musimy spełniać najwyższe wymagania. Innowacyjność wymaga odpowiedniego zaplecza, zarówno technologicznego, jak i ludzkiego. Ten właśnie kapitał ludzki to najistotniejszy element zasobów wewnętrznych przedsiębiorstwa, bez którego dzisiejsza fabryka nie utrzyma się na rynku. Projektanci, specjaliści od marketingu, technolodzy, kreatywni i skuteczni

WYZWANIA STOJĄCE PRZED OIGPM ORAZ BRANŻĄ MEBLARSKĄ:

- rozwinięcie systemowej współpracy z rządem RP w celu budowy dużych, silnych i rozpoznawalnych marek polskiej gospodarki na rynkach zagranicznych,
- rozwinięcie mechanizmów badania i rozwoju w celu budowy mocnych marek meblowych poprzez tworzenie wartości dodanej do mebli,
- rozwój kapitału ludzkiego poprzez rozwój kształcenia zawodowego i promocji meblarstwa jako stabilnego i atrakcyjnego sposobu na życie,
- stabilność zaopatrzenia w surowce i materiały do produkcji.

dyrektorzy to kadra pracująca na sukces polskich mebli. Bez takiej współpracy nie byłoby możliwe utrzymanie wysokiej pozycji meblarstwa w Polsce. Oczywiście musimy cały czas pamiętać o konieczności spełnienia wymagań naszych klientów, ale również chwalić się własną marką, polską szkołą wzornictwa. Jeżeli nie będziemy o tym pamiętać i o to dbać, to kiedy wzrosną koszty, produkcja mebli może przenieść się z Polski do innych krajów o lepszej strukturze i organizacji. Na szczęście ta świadomość jest już od dawna zakorzeniona zarówno u przedsiębiorców, jak i projektantów, wśród instytucji branżowych czy organizatorów targów. Ta droga to chyba jedyny klucz do sukcesu, który powoduje, że pomimo ciągle rozwijającego się rynku krajowego eksportujemy meble na cały świat i odnosimy tam sukcesy. Polskie meble zdobywają nie tylko gabinety rządów, siedziby wielkich koncernów, lokale prestiżowych instytucji, ale także mieszkania zwykłych mieszkańców prawie na całym świecie. Uważam, że możemy być z naszej branży dumni.



OIGPM OD POCZĄTKU SWEGO ISTNIENIA PODEJMUJE AKCJE ZWIĄZANE Z PROMOWANIEM POLSKICH MEBLI NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH JAKO DOSKONAŁEGO, POLSKIEGO, TOWARU EKSPORTOWEGO. FOT. OIGPM

PROJEKTY EUROPEJSKIE

POPRAWA SYTUACJI ZATRUDNIENIA

W ubiegłym roku Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli przystąpiła do realizacji nowych projektów europejskich. Co za tym idzie lata 2016 i 2017 będą szczególnie pracowite, intensywne i postawią przed branżą meblarską nowe i zarazem trudne wyzwania.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Pierwszym z nowych projektów jest Beyond 45+ w programie Erasmus+, który podejmuje tematykę rozwoju zawodowego i dyskutowania wiedzy oraz doświadczenia pracowników 45+ w branżach o wysokim, negatywnym wpływie wahań koniunkturalnych na rynku pracy.

Głównym celem, który OIGPM pragnie osiągnąć jest aktywizacja zawodowa osób w wieku 45+, wywodzących się i reprezentujących tradycyjne sektory gospodarki. Osoby te są zagrożone wykluczeniem lub już są wykluczone przez społeczeństwo z uwagi na brak adekwatnych kompetencji względem oczekiwań rynku pracy. Projekt zakłada dyfuzję umiejętności w obszarze czterech sektorów gospodarki (meblarski, materiały drewnopochodne, budowlany w kontekście prac wykończeniowych z wykorzystaniem drewna, elektroniczny w kontekście projektowania wnętrz i inteligentnych mebli).

OIGPM zaangażowała się w realizację projektu, gdyż ten odpowiada na zidentyfikowane potrzeby, będące wynikiem sytuacji makroekonomicznej krajów partnerskich i UE. Tendencją obserwowaną od lat jest starzenie się społeczeństwa polskiego, ale także europejskiego. Dane strukturalne bezrobocia w ciągu 10 lat (2003/2013) wskazują, iż liczba osób w wieku 45+ wśród bezrobotnych w Polsce i Czechach podwoiła się, w Hiszpanii potroiła, a w Holandii wzrosła o około 40 proc. Dodatkowo kryzys gospodarczy w Europie dotknął wiele tradycyjnych sektorów gospodarki, pogłębiając tym bezrobocie strukturalne w tych krajach.

Realizacja projektu ma przynieść efekty w postaci transferu wiedzy i know-how poszczególnych sektorów, poprzez rozwój elastycznych ścieżek kształcenia, sprzyjających rozwojowi nowych umiejętności, a nawet przekwalifikowaniu. Poza tym jego odbiorcy zdobędą kwalifikacje w obszarze nowych technologii służących wzrostowi innowacyjności tradycyjnych sektorów, poprzez nowe rozwiązania w obszarze produktu, technologii produkcji, jak np. smart furniture, a także zostanie uaktywniony ich rozwój osobisty w zakresie zachowań przedsiębiorczych, kreatywnych i umiejętności komunikacyjnych.

Program ma aktywizować grupę zawodową 45+ przez wypełnienie takich postulatów, jak: wyrównanie szans i włączenie ich do funkcjonowania społecznego, w szczególności osób starszych i o niewystarczających kwalifikacjach. Ważnym aspektem jest promowanie uczenia się przez całe życie.



POPRAWA SYTUACJI ZATRUDNIENIA MŁODZIEŻY, JEJ INTEGRACJA I STWORZENIE LEPSZYCH WARUNKÓW PRZECHODZENIA ZE SZKÓŁ NA RYNEK PRACY TO JEDEN Z GŁÓWNYCH CELÓW, JAKIE STAWIA PRZED SOBĄ OIGPM. FOT. STAROSTWO POWIATOWE W NOWYM SĄCZU

Drugim nowym projektem jest Woodual w ramach programu Erasmus+. Projekt ma na celu poprawę sytuacji zatrudnienia młodzieży, jej integrację i stworzenie lepszych warunków przechodzenia ze szkół na rynek pracy. W szczególności projekt ma za zadanie sprzyjać współpracy pomiędzy VET institutions i pracownikami z sektora drzewnego oraz meblarskiego. OIGPM przystąpiła do realizacji projektu, gdyż wychodzi on naprzeciw panującej sytuacji w Europie. Kryzys spowodował, iż młode osoby zostały dotknięte bezrobociem. Stopa bezrobocia według danych Eurostatu w kwietniu 2014 r. wynosiła 22,5 proc., czyli 5,4 mln osób w wieku 15-24 lat w UE. Istnieją znaczące różnice pomiędzy krajami Europy, stopa bezrobocia wśród młodzieży we Włoszech wynosi 40 proc., w Hiszpanii

ponad 50 proc., gdy równocześnie w Niemczech, Szwajcarii i Austrii ten wskaźnik nie przekracza 10 proc.

Paradoksem jest fakt, że w Europie rejestruje się niedobór młodych, wykwalifikowanych pracowników, a wiele ofert pracy oczekuje na zgłoszenie się odpowiednich kandydatów. Taka niezgodność osiąga najwyższe wskaźniki we Włoszech i Hiszpanii, podczas gdy Wielka Brytania i Niemcy wskazują na znacznie niższe niedostosowanie młodzieży do wejścia na rynek pracy. Sugeruje to występowanie znaczących różnic w systemie edukacyjnym, szkolnym i przekształcaniu się uczniów w pracowników.

Przeciwdziałać obecnej sytuacji można za pomocą zawodowych i edukacyjnych programów, gdyż te przygotowują studentów do wejścia na rynek pracy i pozwalają reagować na potrzeby rynku pracy. Jest to inteligentna i zrównoważona reakcja na kryzys gospodarczy i daje ona możliwość zmniejszenia bezrobocia. Programy napotykają wiele problemów, gdyż społeczeństwo nie żyje w próżni i nieustannie zachodzą w nim zmiany. Dlatego też projekt Woodual ma na celu zbudowanie silnej relacji partnerskiej pomiędzy różnymi aktorami działającymi w sektorach wytwórczych, meblarskich, eksperckich z zakresu kształcenia i szkolenia, w celu aktualizacji i poprawy obecnego wykwalifikowania pracowników i uzupełnienia luk w ich umiejętnościach. Jednocześnie ważne jest opracowanie metody mającej na celu otwarcie drogi do szerszego stosowania dualnego systemu kształcenia.

Trzecim nowym projektem jest Ergosign w ramach programu Erasmus+. Jego głównym celem jest opracowanie materiałów szkoleniowych dotyczących ergonomii stosowanej zarówno w przemyśle tapicerskim, jak i sleep industry. Wraz z zagranicznymi partnerami OIGPM zamierza stworzyć kurs, który będzie realizowany za pomocą technologii cyfrowej. Dzięki stworzeniu platformy internetowej możliwe będzie dotarcie do grup defaworyzowanych. Projekt promuje synergię i cross-fertilization różnych dziedzin edukacji i szkoleń. Ma za zadanie wyeliminować sztuczne granice pomiędzy różnymi działaniami i formatami projektów. Cel zostanie osiągnięty przez wspieranie nowych idei, takich jak stosowanie nowych



GŁÓWNYM CELEM, KTÓRY OIGPM PRAGNIE OSIĄGNĄĆ JEST AKTYWIZACJA ZAWODOWA OSÓB WYWODZĄCYCH SIĘ I REPREZENTUJĄCYCH TRADYCYJNE SEKTORY GOSPODARKI. FOT. JANUSZ BEKAS

technologii w szkoleniach, przyciąganie nowych aktorów ze świata przemysłu, edukacji i szkoleń.

Ergosign jest odpowiedzią na potrzeby rynku pracy, kształcenia i szkolenia zawodowego. Projekt ma za zadanie stymulować studentów i bezrobotnych do skoncentrowania swojej kariery zawodowej na przemyśle meblarskim i sleep industry.

Jedna czwarta światowych mebli i elementów produkowanych do wytwarzania mebli sypialnianych jest produkowana w UE. W 2012 r. ponad 900 000 europejskich pracowników było zatrudnionych w około 126 000 firm. W roku 2015 produkcja przyniosła dochody mniejsze o 13 proc. w porównaniu z 2007 r., podczas gdy produkcja na rynku azjatyckim wzrosła o 230 proc. w analogicznym okresie. W tym kontekście ważna jest konkurencyjność rynku europejskiego, na którą wpływa dostępność surowców, inwestowanie w maszyny, wyposażenie oraz kwalifikacje siły roboczej. Dlatego tak ważne jest zwiększenie kompetencji i umiejętności pracowników poprzez szkolenia, aby szły one w parze z nowymi technologiami. Ergosign ma za zadanie promowanie i przewidywanie przyszłych potrzeb w zakresie umiejętności i stymulowanie do współpracy przemysłu, partnerów społecznych i edukacyjnych.



BRANŻA MEBLARSKA BORYKA SIĘ Z NIEDOBOREM MŁODYCH, WYKWALIFIKOWANYCH PRACOWNIKÓW, A WIELE OFERT PRACY OCZEKUJE NA ZGŁOSZENIE SIĘ ODPOWIEDNICH KANDYDATÓW. FOT. IRENA MUSZAŁOWSKA

TRADE FINANCE

JAK SKUTECZNIE MINIMALIZOWAĆ RYZYKO WE WSPÓŁPRACY Z ZAGRANICZNYMI KONTRAHENTAMI?

Jako że rok 2015 był rekordowy pod względem eksportu dla branży meblarskiej w Polsce, spróbujemy poszukać odpowiedzi na pytanie – jak korzystnie zabezpieczyć, sfinansować i rozliczyć wymianę handlową z zagranicznymi kontrahentami? W tym celu warto zajrzeć do bogatej oferty bankowej w zakresie trade finance.

 RYSZARD WIENCEK, KIEROWNIK W BIURZE FINANSOWANIA HANDLU, BANK PEKAO SA

Specjaliści ds. produktów finansowania handlu stale rozwijają usługi bankowe i dostosowują je do aktualnych potrzeb przedsiębiorców, zarówno pod względem możliwych struktur finansowania, jak i łatwości oraz szybkości obsługi. Dzięki automatyzacji oraz elektronizacji procesów klient jest w stałym, bezpośrednim kontakcie z bankiem, a zlecenia transakcji może składać on-line.

Jak zabezpieczyć ryzyko nowego kontrahenta i bezpiecznie rozliczyć transakcję handlową?

Bardzo popularnym i często wykorzystywanym przez firmy instrumentem zabezpieczającym zagraniczną wymianę handlową jest **akredytywa dokumentowa**. Zapewnia ona eksporterowi otrzymanie zapłaty za sprzedany towar, jeśli ten spełni – ustanowione w treści akredytywy – warunki dotyczące poprawnej dokumentacji realizacji dostawy. Co istotne, eksporter jako beneficjent akredytywy nie jest badany pod kątem zdolności kredytowej. Akredytywa jest mu awizowana przez bank bez jakichkolwiek zobowiązań ze strony banku. Jedynym warunkiem, jaki musi spełnić eksporter jest zaprezentowanie w banku dokumentów zgodnych z warunkami akredytywy. Z drugiej strony, importer zabezpiecza się przed ewentualnymi uchybieniami ze strony sprzedającego, gdyż bank importera jest zobligowany sprawdzić należyte wywiązanie się dostawcy z warunków akredytywy i dokonać zapłaty na rzecz eksportera dopiero po zaprezentowaniu

kompletnej i prawidłowej dokumentacji dotyczącej wysyłki towarów. Taką formę rozliczeń zaleca się eksporterom zwłaszcza w przypadku współpracy z nowymi i nieznanymi jeszcze kontrahentami. Pozwala to zminimalizować ryzyko niezrealizowania lub nieprawidłowego wykonania transakcji handlowej.

Otwarcie akredytywy zlecane jest co prawda przez importera i następuje w jego banku, jednak eksporter może zażądać rozliczenia w tej formie w warunkach realizacji dostawy, określonych w kontrakcie. W ten sposób wpływa na dyscyplinę płatności odbiorcy towaru i eliminuje ryzyko jego niewypłacalności, gdyż zobowiązany do zapłaty jest bank importera.

Dla kontrahentów o ugruntowanej już relacji, cieszących się wzajemnym zaufaniem, bardziej korzystnym rozwiązaniem będzie **inkaso dokumentowe**. Instrument ten jest praktycznym sposobem rozliczania transakcji handlowych, w których strony kontraktu są gotowe zrzec się zabezpieczenia oferowanego przez akredytywę dokumentową, ale jeszcze nie chcą dokonywać dostaw w ramach rachunku otwartego. Inkaso jest operacją polegającą na wydaniu importerowi dokumentów handlowych lub finansowych. Wydaje je bank prezentujący w zamian za zapłatę eksporterowi określonej sumy pieniężnej lub zabezpieczenie jej przyszłej zapłaty poprzez weksel własny lub weksel trasowany. Inkaso należy do uwarunkowanych form płatności, gdyż wejście w posiadanie towaru jest uzależnione od spełnienia warunków określonych w zleceniu inkasa. Ze względu na fakt, że inka-

so pełni jedynie funkcję rozliczeniową, jest to instrument relatywnie tańszy niż akredytywa.

Jak poprawić płynność przedsiębiorstwa?

Usługa dyskonta wykorzystywana jest w sytuacji, gdy kontrahenci rozliczają się między sobą w oparciu o kredyt kupiecki. Obecne warunki rynkowe często wymuszają na dostawcach wystawianie faktur z odroczonym terminem płatności. Importerzy nie zawsze są w stanie dokonać zapłaty za zakupione dobra zaraz po zrealizowaniu dostawy. Dlatego coraz częściej uzależniają dokonanie zakupu od możliwości rozliczenia transakcji w terminie późniejszym niż jej realizacja. W takiej sytuacji eksporter może zdyskontować swoje należności obrotowe w banku, otrzymując zapłatę we wskazanym przez siebie terminie. Usługa ta znacząco poprawia płynność przedsiębiorstwa, a także zabezpiecza eksportera przed ryzykiem kursowym i zmian stóp procentowych. Co więcej, finansowanie swoich należności zapewnia eksporterowi szereg korzyści niefinansowych, m.in. pozwala zacieśniać relacje z kontrahentami, budować dla nich programy lojalnościowe oraz dokonywać outsourcingu niektórych czynności, takich jak monitoring czy administrowanie wierzytelnościami. **Dyskonto** jest również wykorzystywane w przypadku **akredytywy** z odroczonym terminem płatności. Eksporter ma możliwość złożenia w swoim banku wniosku o dyskonto należności z akredytywy, jeżeli tylko ryzyko banku otwierającego akredytywę oraz jego kraju nie budzą wątpliwości. W takim przypadku wcześniejsza płatność nie powinna być problemem.

Innym sposobem poprawy płynności eksportera może być oferowany przez Bank Pekao SA **kredyt zaliczka** – jest to usługa umożliwiająca natychmiastowe uruchomienie zamrożonych środków finansowych dzięki zaliczkowemu finansowaniu należności z tytułu wystawionych faktur. W przypadku eksporterów będą to faktury wystawiane dla zagranicznych kontrahentów. Kredyt zaliczka jest udzielany w polskich złotych lub w walutach wymiennych, w których bank udziela kredytów walutowych, w formie rocznego limitu odnawialnego. Kredytobiorca może przedstawiać bankowi faktury do zaliczkowego finansowania w okresie wykorzystania kredytu zaliczki. Kredytobiorca otrzymuje zaliczkę w wysokości ustalonej w umowie, maksymalnie do 80 proc. kwoty faktury, przed terminem płatności wynikającym z wierzytelności. Spłata kredytu następuje na skutek wpływu na rachunek bieżący kredytobiorcy środków za zapłatę faktur przez kontrahentów.

Jak wzbogacić ofertę przetargową na realizację projektów inwestycyjnych za granicą?

Eksporterzy mogą finansować dostawy polskich dóbr inwestycyjnych oraz usług, w szczególności do krajów podwyższonego ryzyka, w ramach **kredytu dla nabywcy**. Kredyt udzielany jest na wniosek eksportera, który otrzymuje środki finansowe po zrealizowaniu kontraktu (lub jego określonego etapu), natomiast spłacany jest przez importera i to od niego bank dochodzi swoich roszczeń z tytułu finansowania. Eksporter może wykorzystać kredyt dla nabywcy jako element przetargowy, dołączając tę formę finansowania do oferty produktowej. W ten sposób, oprócz sprzedaży dobra czy usługi, zapewnia importerowi także możliwość sfinansowania inwestycji, czyli kompleksową realizację transakcji.

Jak skutecznie zabezpieczyć swoje należności?

Korzystnym dla eksporterów rozwiązaniem jest ubezpieczenie swojego obrotu handlowego w instytucjach finansowych, które oferują **ubezpieczenia należności handlowych**. Banki często ściśle współpracują z towarzystwami ubezpieczeniowymi, co gwarantuje szybkie wdrożenie usługi polegającej na jednoczesnym ubezpieczeniu i finansowaniu wierzytelności. W celu zabezpieczenia zapłaty w transakcji handlu zagranicznego dostawcy mogą korzystać także z **gwarancji bankowych** lub **akredytyw stand-by**, które zabezpieczają prawa eksportera do otrzymania należności za sprzedane dobra. Gwarancja jest jednostronnym i nieodwołalnym zobowiązaniem banku – gwaranta. Bank zobowiązuje się do wykonania świadczenia pieniężnego na rzecz beneficjenta w przypadku, gdy kontrahent nie wywiąże się ze swoich zobowiązań handlowych. Stanie się tak, gdy beneficjent spełni określone w gwarancji warunki zapłaty. Eksporter najczęściej korzystać może z gwarancji dobrego wykonania umowy, gwarancji przetargowej (wadijalnej), gwarancji na okres rękojmi lub gwarancji zwrotu zaliczki. Akredytywa stand-by działa podobnie jak gwarancja: wypłata z akredytywy stand-by zostaje uruchomiona w momencie odmowy wykonania przez zleceniodawcę zobowiązania wynikającego z umowy. Zawiera ona zobowiązanie banku otwierającego do zapłaty kwoty akredytywy po otrzymaniu żądania beneficjenta wraz z jego potwierdzeniem, że zleceniodawca nie wywiązał się ze zobowiązań umownych, oraz ewentualnie kopii dokumentów handlowych. Akredytywę stand-by stosuje się głównie na rynku amerykańskim i japońskim, gdzie prawo nie zezwala na wystawianie gwarancji bankowych.

Zaufaj ekspertom!

Znalezienie szybkiego i bezpiecznego źródła finansowania oraz nawiązanie trwałej współpracy z bankiem, który koncentruje swoją uwagę na kliencie jest jednym z czynników sukcesu w środowisku eksporterów. Analizując oferty bankowe, warto zwracać uwagę na dostępność zaawansowanych struktur finansowania handlu zagranicznego, połączonych z możliwością równoczesnego ubezpieczenia należności przed ryzykiem niewypłacalności dłużników, oraz szeroki wachlarz usług dodatkowych, które dają możliwość outsourcingu wielu operacji, a tym samym redukcji kosztów. Takie właśnie rozwiązanie posiada w swej ofercie Bank Pekao SA, który elastycznie traktuje każdą transakcję i strukturyzuje produkty na miarę indywidualnych potrzeb klientów, a usługi świadczy elektronicznie. Zastosowane rozwiązania technologiczne, w tym system bankowości internetowej PekaoBiznes24 (wg magazynu „Global Finance” najlepszy w Polsce bank w obszarze usług finansowania handlu w 2015 r.), pozwalają eksporterom współpracującym z Bankiem Pekao SA szybko pozyskiwać środki finansowe oraz zapewniają im stały i wygodny dostęp do danych transakcyjnych. Formalności związane z realizacją współpracy ograniczone są do niezbędnego minimum. Klienci potwierdzają swoje zaufanie – w 2015 roku Bank Pekao został wybrany przez prestiżowy miesięcznik „Euromoney” na najlepszego dostawcę usług finansowania handlu w opinii klientów.

Chętnie odpowiemy na wszelkie Państwa pytania i doradzimy rozwiązania finansowe dopasowane do potrzeb Państwa firmy. Zachęcamy do kontaktu!

Infolinia Trade Finance czynna 9.00-17.00, pn.-pt.

+48 12 635 4444

e-mail: handlosfera@pekao.com.pl

SZKOLENIE DLA BRANŻY MEBLARSKIEJ

NAJLEPSZE PRAKTYKI – EFEKTYWNE PROCESY – OPTYMALIZACJA PRODUKCJI

Nie ma idealnej firmy. Nawet najlepsze przedsiębiorstwa w swojej branży wciąż muszą szukać potencjału do poprawy swoich wyników. Nie inaczej jest z branżą producentów mebli. Dlatego też firma Staufen Polska wraz z Ogólnopolską Izbą Gospodarczą Producentów Mebli zorganizowały dedykowane wydarzenie branżowe poświęcone optymalizacji procesów.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW FIRMY STAUFEN POLSKA

Podczas dwudniowego spotkania 3 i 4 grudnia 2015 r. przedstawiciele największych polskich producentów mebli mieli okazję do pogłębienia swojej wiedzy na temat procesu ciągłego doskonalenia i narzędzi, jakie wspomagają jego wdrożenie.

– Od kilku lat pilnie przyglądamy się rozwojowi branży meblarskiej w Polsce – wyjaśnia Katarzyna Szczupał-Vieweg, prezes Staufen Polska.
– Zauważyliśmy, że optymalizacja procesów i zwiększanie wydajności wśród polskich producentów może być ważnym, jeśli nie najważniejszym, krokiem do osiągnięcia długofalowego sukcesu eksportowego na skalę globalną. Stąd pomysł, by zaprezentować przedstawicielom z branży osiągnięcia naszych partnerów.

Grudniowe spotkanie dla meblarzy nie było jednak zwykłym szkoleniem prowadzonym w sali wykładowej, ale okazją do przyjrzenia się najlepszym praktykom z bliska w hali produkcyjnej. Wszystko to dzięki Partnerom BestPractice (sieć Partnerów BestPractice Staufen to już ponad 60 przedsiębiorstw, które od lat wdrażają narzędzia optymalizacyjne i usprawniają swoje procesy zarówno w obszarach produkcyjnych, jak i pozaprodukcyjnych przyp. red.).

Pierwszego dnia uczestnicy udali się do Środy Wielkopolskiej do firmy Homag Polska. Producent maszyn i rozwiązań do obróbki drewna i materiałów drewnopochodnych od lat wdraża w swoich fabrykach system produkcyjny oparty na zasadach ciągłego doskonalenia. Przedstawiciele firmy Homag podkreślali, jak ważna jest rola świadomości pracowników w doskonaleniu organizacji. Była to znakomita okazja, by zobaczyć, jak dobrze funkcjonuje jeden z czołowych dostawców technologii dla branży meblarskiej.

Po południu grupa udała się do hotelu w Świebodzinie, gdzie czekał na nią bogaty program wieczorny. Najpierw uczestnicy wzięli udział w panelu dyskusyjnym na temat rozwoju branży meblarskiej w Polsce

i poszukiwania potencjału do dalszego wzrostu, przygotowanym przez dr. inż. Tomasza Wiktorskiego z B+R Studio. W kolejnym wystąpieniu ekspert ds. wykorzystywania środków unijnych nakreślił uczestnikom możliwości korzystania z funduszy europejskich.

Gwóździem wieczornego programu było losowanie bezpłatnego audytu procesów o wartości 15.000 zł przeprowadzonego przez Staufen w zakładzie zwycięskiej firmy. Podczas uroczystej kolacji uczestnicy skorzystali z okazji wymiany doświadczeń już w mniej oficjalnym charakterze.

Drugi dzień wydarzenia upłynął pod znakiem wizyty w firmie Recaro Aircraft Seating w Świebodzinie. Goście przyglądali się całemu procesowi montażu siedzeń przeznaczonych do samolotów pasażerskich. Duże wrażenie na uczestnikach wywarły narzędzia zarządzania wizualnego



GRUDNIOWE SPOTKANIE DLA MEBLARZY BYŁO OKAZJĄ DO PRZYJRZENIA SIĘ NAJLEPSZYM PRAKTYKOM Z BLISKA W HALI PRODUKCYJNEJ. FOT. STAUFEN POLSKA

stosowane w Recaro. Dodatkowo doradcy Staufen przygotowali prezentację dotyczącą tzw. Shopfloor Management, czyli zarządzania opartego na komunikacji i wymianie kluczowych informacji w celu zagwarantowania skutecznego i efektywnego przywództwa.

W wydarzeniu udział wzięły, takie firmy jak: Meble VOX, Profim, Laguna, Poldem czy Mikomax. Ku uciesze organizatorów, spotkanie zakończyło się sukcesem, a uczestnicy nie kryli swojego zadowolenia.

– To było bardzo interesujące i owocne spotkanie – podsumował Marek Adamowicz, dyrektor biura OIGPM. – Możliwość wymiany doświadczeń na najwyższym szczeblu i skonfrontowania swojej wiedzy z firmami, które postawiły na ustawiczny rozwój, z pewnością wiele wniosą dla przemysłu meblarskiego. Była to na pewno dodatkowa inspiracja dla producentów z naszej branży, by rozpocząć pracę na rzecz optymalizacji swoich procesów.

– Obie wizyty były bardzo pouczające i warte poświęconego na nie czasu – dodał Maciej Mikołajczyk, prokurent firmy Mikomax.

Polskie meble – dobro eksportowe

Polscy producenci zapewnił naszej gospodarce drugie miejsce w rankingu światowych eksporterów według wolumenu produkcji. Przed nami są tylko Chiny. Choć produkujemy prawie 2,9 mln ton mebli, nie przekłada się to na ich wysoką wartość. Według tego kryterium plasujemy się na czwartym miejscu w gronie największych eksporterów (poza Chinami przed Polską są jeszcze Niemcy i Włochy). Niska wydajność i niewielka ilość polskich marek własnych to dwie główne bariery na drodze dalszego rozwoju naszego rodzimego meblarstwa.

Oszczędności oraz wzrost produktywności są z oczywistych względów najłatwiej dostrzegalne w procesach produkcyjnych i wspierających. Misją Staufen Polska jest wspieranie polskich przedsiębiorstw na drodze optymalizacji, co w bezpośredni sposób łączy się z zapotrzebowaniem meblarstwa na takie usługi. Ponad 20 lat globalnych doświadczeń grupy Staufen w projektach z największymi producentami z niemal każdej branży pozwala stawiać czoła także wyzwaniom polskich producentów mebli.

Absolutną podstawą do rozpoczęcia procesu optymalizacji jest świadomość kadry zarządzającej o konieczności podjęcia takich działań. Podczas audytu u klienta eksperci Staufen wskazują potencjały, jakie mogą być zrealizowane w ramach późniejszego projektu wdrożeniowego. Rozwiązaniem, które musi być zaimplementowane jako pierwsze jest tzw. 5S, czyli: Sortowanie, Systematyka, Sprzątanie, Standaryzacja i Samodyscyplina. Kluczem jest tu dbałość o porządek i wypracowanie standardów z nim związanych. To niezwykle ważne w meblarstwie, w którym mamy do czynienia z pyłem i ścinkami drewna, papieru i oklein powstającymi podczas procesu produkcyjnego. Już samo dbanie o porządek może zapewnić wzrost jakości produktów i spadek awaryjności maszyn, a co za tym idzie, także oszczędności. Zwykle takie działania rozpoczyna się w obszarze pilotażowym, by poznać reakcję organizacji i zwiększyć szanse powodzenia projektu.

Kolejnym krokiem, jaki proponuje się firmom meblarskim jest zmiana kultury zarządzania. Wielu przedstawicieli tej branży to firmy z długoletnim doświadczeniem, które na swoim fachu znają się jak mało kto. Często jest tak, że funkcjonują one według utartych schematów i nie dostrzegają pewnych problemów, widocznych gołym okiem dla zewnętrznych doradców podczas wizyty w hali produkcyjnej. Dlatego też Staufen proponuje wdrożenie tzw. Shopfloor Management. Jak wspomniano wyżej jest to zarządzanie poprzez komunikację i wizualizację kluczowych wskaźników. Każdego dnia przedstawiciele działów związanych z produkcją, logistyką i procesami wspierającymi spotykają się w wyznaczonym miejscu w hali produkcyjnej i dzielą się swoimi spostrzeżeniami na temat przebiegu



DORADCY STAUFEN PODZIELILI SIĘ Z MEBLARZAMI PRAKTYCZNĄ WIEDZĄ NA
TEMAT M.IN. SHOPFLOOR MANAGEMENT. FOT. STAUFEN POLSKA

procesów, za które są odpowiedzialni. Wyznacza się nowe cele, a także podsumowuje realizację tych założonych wcześniej. Dokonuje się też przeglądu kluczowych wskaźników. Codzienne spotkania realizowane starannie i konsekwentnie doprowadzają do świetnych rezultatów. Notuje się wzrosty wydajności sięgające kilkudziesięciu procent.

Poza dwoma wyżej wymienionymi narzędziami optymalizacyjnymi możliwe jest również doraźne wsparcie producentów mebli na poszczególnych etapach ich codziennej działalności. Może to być optymalizacja magazynu, wewnętrznej logistyki, skracanie czasów przebrożeń maszyn czy zapewnianie utrzymania ruchu. Warto też pamiętać, że Staufen prowadzi także projekty niezwiązane bezpośrednio z procesami produkcji. Może być to optymalizacja strategii zakupowych czy jakże ważne, szczególnie dla meblarstwa, przyspieszenie procesu projektowania produktu.

Meblarstwo nie jest tu wyjątkiem. W każdym przedsiębiorstwie produkcyjnym można znaleźć potencjał do optymalizacji. Świadomość potrzeby wykonania kroku w przód jest fundamentem takich zmian. Zaufanie powierzone ekspertom Staufen Polska przynosi długofalowe korzyści, dzięki czemu od lat współpracują z nimi największe światowe marki, niezależnie od branży. Systematycznie rośnie też liczba klientów z przemysłów meblarskiego i drzewnego, dzięki czemu można być przekonanym, że przyszłość polskich mebli rysuje się w jasnych barwach.



WIZYTA W ZAKŁADACH PRODUKCYJNYCH BYŁA INSPIRACJĄ DLA PRODUCENTÓW
MEBLI, BY ROZPOCZĄĆ PRACĘ NA RZECZ OPTYMALIZACJI SWOICH PROCESÓW.

FOT. STAUFEN POLSKA

*Spokojnych i radosnych Świąt Wielkanocnych
spędzonych w gronie najbliższych
osób, zdrowia, szczęścia i radości
Członkom i Sympatykom Izby oraz wszystkim
pracownikom branży meblarskiej i ich rodzinom życzą:*



Jan Szynaka - Prezes, Rada, Komisja Rewizyjna, Sąd Koleżeński oraz Biuro Izby