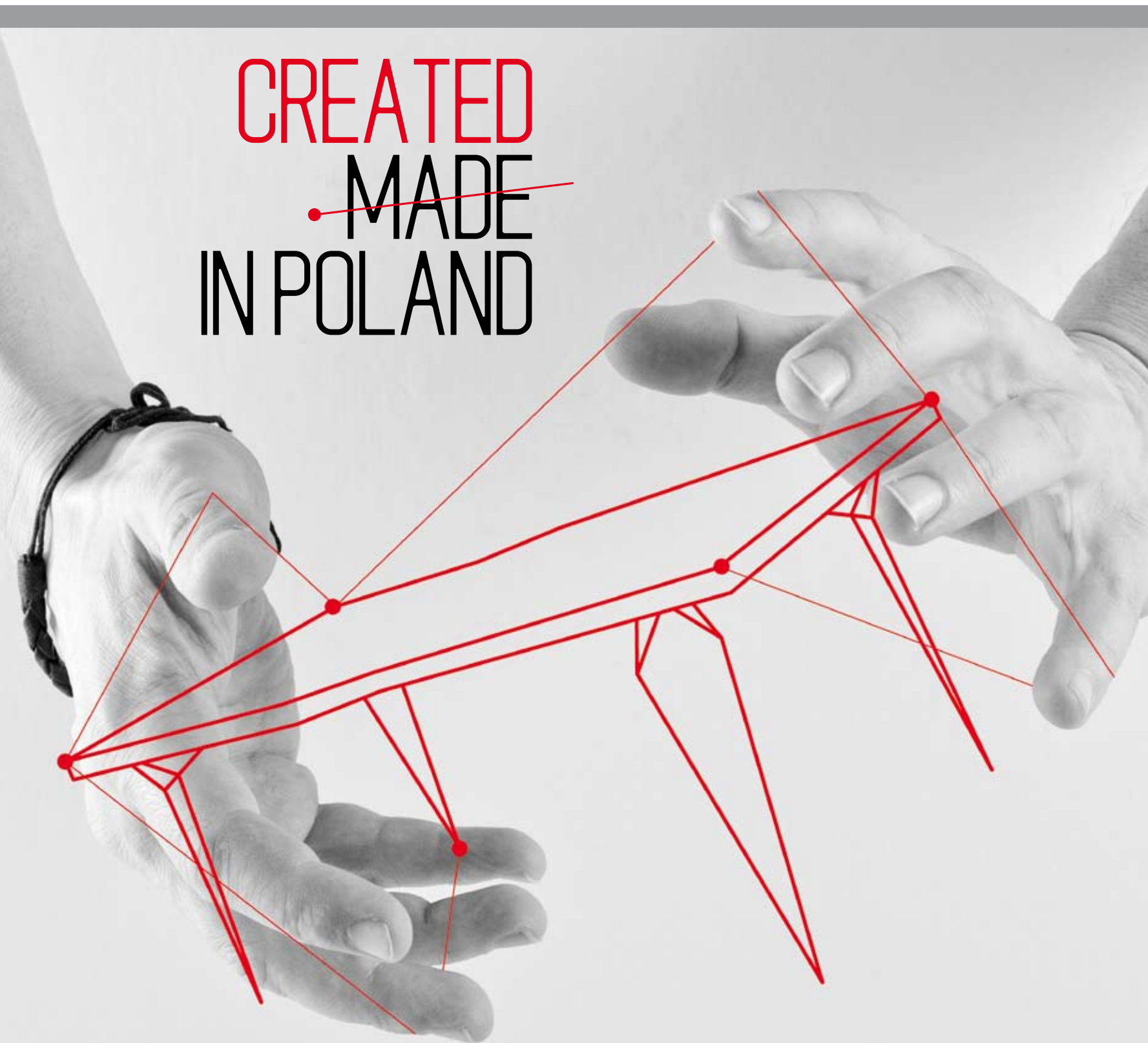


MEBLE NEWS NEWS NEWS

CREATED
MADE
IN POLAND



W NUMERZE

WYWIAD

Na potężeniu targów zyska cała branża / **str. 4**

STATYSTYKA

Polski rynek meblarski wychodzi w końcu z kryzysu / **str. 5**

INFORMACJE

Innowacja kluczem do funduszy unijnych / **str. 6**

Jaki jest polski potencjał zakupowy na meble? / **str. 8**

Jak zwiększyć zyski, zwiększając wartość danych / **str. 10**

W służbie meblarstwu od blisko 20 lat / **str. 12**

WYDARZENIA

MEBLE POLSKA w wersji globalnej / **str. 15**



str. 15



OGÓLNOPOLSKA IZBA
GOSPODARCZA
PRODUCENTÓW MEBLI

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

Jacek Twaróg

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.wydawnictwoinwestor.pl

info@wydawnictwoinwestor.pl

Prezes

Zbigniew Owsiak

Wiceprezes

Rafat Sidor

Redakcja

Katarzyna Orlikowska

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



RYSZARD BALCERKIEWICZ,
PREZES FIRMY NOTI

POTRZEBUJEMY SILNYCH MAREK

Cieszą nas bardzo optymistyczne dane dla rynku meblarskiego w Polsce. Znow rośnie nam wartość produkcji mebli i być może nawet padnie kolejny rekord. Pytanie tylko, czy to jest cel naszej branży? W ilości produkowanych ton jesteśmy w gronie największych graczy, ale jak ma się to do poziomu innowacji i rozwoju polskich marek meblowych? Nadal w większości produkujemy dla dużych koncernów zagranicznych, pracując na pozycję ich marek. Rozwój marki Noti oparłem od początku o design i współpracę z najlepszymi projektantami. Pierwsze projekty dla nas wykonał Jerzy Langier, założyciel marki Eljot i twórca wielu ponadczasowych mebli. Pracujemy z Piotrem Kuchcińskim, Mikołajem Wierszyłowskim, Tomkiem Augustyniakiem, Renatą Kalarus, Tomkiem Rygalikiem, Dorotą Koziałą, Grzegorzem Niwińskim, Jerzym Porębem. Dajemy również szanse młodym projektantom. Markę budujemy na własnych środkach. Młode marki, takie jak my, mają duże problemy w konfrontacji rynkowej z uznanymi firmami zachodnimi, pracującymi na swoje pozycje przez dziesięciolecia, często od pokoleń. Budowa silnych, konkurencyjnych marek opartych na innowacji i designie to długa, bardzo wymagająca i kosztowna droga. Do tego potrzebna jest większa, zorganizowana i długofalowa pomoc państwa. Konkretny, opracowany na lata plan promocji polskich marek, projektantów i produktów. To zachęcałoby do budowania własnych marek, które miałyby znaczenie i siłę przebicia na arenie międzynarodowej, a ograniczałoby liczbę biznesów nastawionych tylko na produkcję ton mebli przeliczanych na szybki zysk. Tymczasem pojawia się dużo pojedynczych, rozproszonych inicjatyw, które są atrakcyjne, ale jak fajerwerki – szybko gasną. Będziemy świętować, gdy jednym tchem będziemy mogli wymienić choćby kilkanaście polskich marek meblowych liczących się na arenie międzynarodowej, które zaskoczą dobrym wzornictwem, funkcjonalnością i umiejętnością odczytywania współczesnych potrzeb użytkowników.

FURNICA I SoFAB JUŻ WE WRZEŚNIU

NA POŁĄCZENIU TARGÓW ZYSKA CAŁA BRANŻA

Rozmowa z nowym dyrektorem targów Furnica – Konradem Fleśmanem.

 KATARZYNA ORLIKOWSKA

Meble News: Jakie zmiany pan planuje wprowadzić do formuły Międzynarodowych Targów Komponentów do Produkcji Mebli Furnica?

Konrad Fleśman: Chcemy podkreślić biznesowy wymiar tych targów. Połączenie targów Furnica i SoFab nie tylko urozmaici ekspozycję i poszerzy gamę prezentowanych na targach rozwiązań. Z drugiej strony wpłynie również na zwiedzających, którzy w jednym miejscu będą mogli zobaczyć najnowsze trendy panujące w branży komponentów oraz materiałów i akcesoriów meblowych, jak i materiałów obiciowych, tkanin i skór, komponentów, elementów i systemów do produkcji mebli tapicerowanych.

Meble News: Jakie niespodzianki są szykowane dla wystawców i zwiedzających tę imprezę?

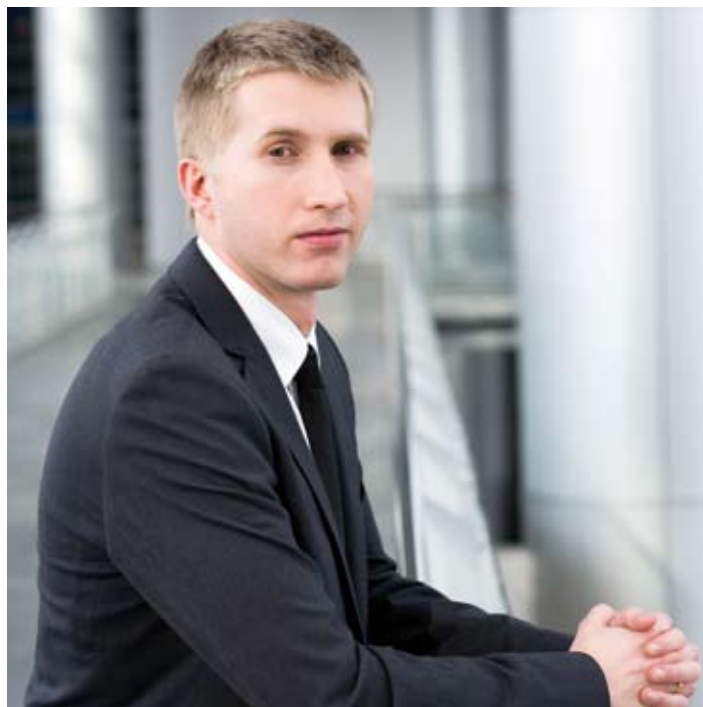
K.F.: Na razie tego nie będziemy zdradzać. Wszystkich, którzy chcą wiedzieć, zapraszamy do odwiedzenia targów. Będzie można zapoznać się z nowościami rynkowymi, dowiedzieć się, w jakim kierunku podążają trendy wzornicze, zobaczyć na własne oczy działanie maszyn dedykowanych przemysłowi meblarskiemu oraz zacerpnąć najnowszej wiedzy dotyczącej rynku. Zapraszamy na pierwszą jesienną edycję targów Furnica i SoFab we wrześniu.

Meble News: Wyjaśnijmy, skąd pomysł na zmianę terminu targów z kwietniowego na wrześniowy? Wiele osób w branży uważa, że to zbyt późno i że targi dostawców komponentów powinny odbywać się nie po, ale przed targami meblowymi.

K.F.: Zmiana oczywiście wiąże się bezpośrednio z podążaniem za światowymi trendami przemysłu drzewno-meblarskiego. Międzynarodowe Targi Poznańskie zdecydowały się na przeniesienie terminu targów Drema i Furnica na jesień, ze względu na zbyt dużą kumulację targów dedykowanych tej branży w pierwszym półroczu oraz dla zwiększenia komfortu zarówno wystawców, jak i osób odwiedzających. Zmiana terminu daje możliwość znacznie szybszego zaprezentowania i wprowadzenia na polski rynek światowych nowości. Nowy termin stwarza również doskonałą okazję do pokazania prezentowanych we wrześniu komponentów na gotowych już meblach w czasie targów Meble Polska.

Meble News: Dlaczego warto wziąć udział w tej imprezie?

K.F.: Międzynarodowe Targi Komponentów do Produkcji Mebli Furnica to innowacyjne targi kreujące design, które poprzez swój zakres ekspozycji mają dostarczyć informacji na temat najnowszych rozwiązań w produkcji mebli. Z kolei Międzynarodowe Targi Tkanin Obiciowych i Komponentów do Produkcji Mebli Tapicerowanych SoFab to wydarzenie dla branży meblarskiej, które na stałe wpisało się w kalendarz imprez profesjonalistów jako doskonałe miejsce do promowania oraz fachowego opiniowania nowych koncepcji



– DZIĘKI POŁĄCZENIU TARGÓW FURNICA I SoFAB ZYSKAJĄ NIE TYLKO POSZCZEGÓLNE BRANŻE, ALE RÓWNIEŻ ODWIEDZAJĄCY TARGI. W JEDNYM MIEJSCU I CZASIE SKUMULOWANE ZOSTANĄ NAJWAŻNIEJSZE FIRMY DLA POLSKIEJ BRANŻY MEBLARSKIEJ – MÓWI KONRAD FLEŚMAN. FOT. MARCIN MELANOWICZ

funkcjonalno-wzorniczych dedykowanych sektorowi mebli tapicerowanych. Dzięki połączeniu tych imprez zyskają nie tylko poszczególne branże, ale również odwiedzający targi. W jednym miejscu i czasie skumulowane zostaną najważniejsze firmy dla polskiej branży meblarskiej. Łatwiejszy dostęp do kompleksowej oferty technologicznej i nowości rynkowych z Polski, Europy i świata sprawi, że zdobycie informacji, porównanie oferty, a także wybór kontrahenta stanie się jeszcze bardziej przystępny.

Meble News: Na koniec proszę pokrótce przedstawić swoją osobę naszym czytelnikom.

K.F.: Z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi związany jestem od 7 lat. Do tej pory prowadziłem projekty: INSTALACJE Międzynarodowe Targi Instalacyjne, TCS Targi Ciepła Systemowego oraz KOMINKI Międzynarodowe Targi Kominkowe, WINDOORTECH, GLASS. Jestem poznaniakiem z urodzenia i zapalonym fanem piłki nożnej. Kibicuję wiernie włoskiemu klubowi Juventus Turyn.

Meble News: Dziękuję za rozmowę.

PIERWSZY KWARTAŁ 2014 ROKU W LICZBACH

POLSKI RYNEK MEBLARSKI WYCHODZI W KOŃCU Z KRYZYSU

W pierwszym kwartale 2014 roku wzrosła produkcja wszystkich rodzajów półproduktów w stosunku do tego samego okresu w 2013 roku. Szczególnie wysoki wzrost produkcji odnotowano w przypadku produkcji oklein – wzrost w pierwszym kwartale 2014 roku aż o 24,6 proc. w stosunku do okresu styczeń – marzec 2013.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Wzrost produkcji półproduktów jest bezpośrednim skutkiem zwiększenia się zapotrzebowania na produkcję mebli w stosunku do pierwszego kwartału ubiegłego roku. Produkcja mebli do siedzenia przekształcalnych w miejsca do spania zwiększyła się o 23 proc. Rekordowy wzrost produkcji odnotowano w przypadku mebli drewnianych stosowanych w kuchni, których produkcja zwiększyła się o 39 proc. w stosunku do analogicznego okresu roku 2013. Zadawalający jest również wzrost produkcji pozostałych rodzajów mebli. Produkcja mebli drewnianych stosowanych w sypialni zwiększyła się o ponad 19 proc. w stosunku do pierwszego kwartału 2013 roku, a w przypadku mebli drewnianych stosowanych w pokojach stołowych i salonach nastąpił wzrost produkcji o 14 proc.

Wzrost produkcji może być efektem wychodzenia Europy i Polski z kryzysu, przez co zwiększa się zapotrzebowanie na nowe meble. W związku z tak pozytywnymi wskaźnikami dotyczącymi produkcji półproduktów i mebli, producenci mebli odnotowali również wzrost eksportu mebli. Dostępne w momencie pisania niniejszego tekstu dane nie zawierają informacji o wartości produkcji sprzedanej przemysłu na eksport oraz o wartości importu mebli do Polski.

Według danych zawartych w raporcie Polskie Meble Outlook 2014 należy się spodziewać, że w tym roku nastąpi znaczący wzrost wysyłki mebli. Poza Unią Europejską, polskie meble cieszą się bowiem zainteresowaniem w Rosji, Szwajcarii, Chinach i w Stanach Zjednoczonych. Jednocześnie należy podkreślić, że w grupie towarów importowanych znajdują się nie tylko meble gotowe, ale także półfabrykaty wykorzystywane przy pro-

dukcji mebli. Pozwala to na sformułowanie tezy o spodziewanym spadku importu gotowych mebli do Polski. Może to świadczyć o coraz większym przekonaniu Polaków do rodzimych produktów.

Optymistycznie przedstawia się również zatrudnienie w branży meblarskiej. Wyniki za ubiegły rok pokazują, że zatrudnienie zwiększyło się o około 1 proc. przy produkcji wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny i o 2 proc. przy produkcji mebli w stosunku do roku 2012. Jest to efekt większego zapotrzebowania na polskie produkty i ogólnie zmniejszającego się w naszym kraju bezrobocia.

W Polsce istnieje około 24 tys. firm meblarskich, które zapewniają wiele miejsc pracy. Zwiększające się zatrudnienie łączy się z niewielkim spadkiem przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia, jednak nie jest to aż tak zła wiadomość, patrząc na inne pozytywne wskaźniki.

Dane dotyczące produkcji za pierwszy kwartał 2014 roku nastroją bardzo pozytywnie. Duży wzrost produkcji wszystkich rodzajów półproduktów i wszystkich rodzajów mebli pozwala przypuszczać, że polski rynek meblarski wychodzi w końcu z kryzysu, a jego rozwój nabierze większego tempa.

Dane dotyczące zatrudnienia w 2013 roku pokazują, że w stosunku do 2012 zatrudnienie w przemyśle meblarskim i drzewnym nieznacznie wzrosło. Niestety, jednocześnie odnotowano około 5-proc. spadek średnich płac. Zakłada się jednak, że wraz ze wzrostem produkcji mebli, wzrastać będzie proporcjonalnie zarówno liczbowe zatrudnienie w branży meblarskiej i drzewnej, jak i będą wzrastać średnie wynagrodzenia.

WOLUMEN PRODUKCJI PÓŁPRODUKTÓW:

Półprodukt	Jednostka miary	I-III 2013	I-III 2014	I-III 2014/2013
Sklejka, płyty fornirowe i podobne	dam ³	2076,49	2199,00	105,9
Płyty wiórowe i podobne płyty z drewna	dam ³	1195,59	1247	104,3
Płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych	tys. m ²	122854,25	145828	118,7
Okleiny	tys. m ²	4913,32	6122	124,6

WOLUMEN PRODUKCJI WYBRANYCH GRUP MEBLI:

Wyroby	Jednostka miary	I-III 2013	I-III 2014	I-III 2014/2013
Meble do siedzenia przekształcalne w miejsca do spania	tys. sztuk	682,93	840	123
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni	tys. sztuk	593,1	825,00	139,1
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. sztuk	694,05	828,00	119,3
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach	tys. sztuk	4709,03	5373	114,1

FELIETON AKADEMII TECHNOLOGII

INNOWACJA KLUCZEM DO FUNDUSZY UNIJNYCH

Aby skorzystać z nowych środków unijnych, konieczne będzie podjęcie większego wysiłku oraz elastycznej współpracy biznesu z jednostkami naukowymi. Jednym słowem należy postawić na innowacyjność. A jeśli innowacyjność, to przede wszystkim wprowadzenie systemów produkcji mebli.

 PIOTR DOMAŃSKI I PIOTR KUBOSZEK Z AKADEMII TECHNOLOGII

Czytając prasę fachową, a szczególnie pojawiające się ekonomiczne podsumowania roku ubiegłego i początku roku bieżącego, wyczuwa się optymizm. Bardzo dobre wyniki gospodarcze, 14-proc. wzrost wartości produkcji mebli w pierwszym kwartale 2014 r. w stosunku do analogicznego okresu w roku 2013, otwarcie nowych rynków zbytu, szczególnie eksportu do krajów pozaunijnych, to wiadomości, na które czekała cała branża. Wszystko to zostało osiągnięte dzięki wytężonej pracy małych fabryczek i dużych przedsiębiorstw, a przede wszystkim dzięki determinacji ich właścicieli i zarządów. Jeszcze bardziej godny podziwu jest fakt, że efektywność produkcji w polskich zakładach meblarskich jest jedną z niższych w Europie. Zdajemy sobie w tym momencie sprawę, że wielu z Państwa, czytających ten artykuł, skrzywi się i pomyśli – „co oni wiedzą”, albo „na szczęście to nie dotyczy mojego zakładu”.

Jeszcze tyle do zrobienia...

To zdenerwowanie albo obruszenie na powyższą tezę jest zupełnie niepotrzebne. Należy wręcz ucieszyć się, że jeszcze jest tyle do zrobienia. Jeszcze tyle możliwości zmian, innowacji, obniżenia kosztów, podniesienia efektywności czy też uzyskania większej marży. Mamy dla Państwa jeszcze lepszą wiadomość! Te zmiany mogą być przeprowadzone w okresie następnych 2-3 lat. Jak się Państwo domyślacie, mowa tutaj o możliwościach finansowania inwestycji w perspektywie programów unijnych na lata 2014-2020. W tym okresie środków na innowacyjność będzie znacznie więcej niż w perspektywie 2007-2013, jednakże droga do ich pozyskania będzie trudniejsza niż poprzednio.

Dzięki środkom unijnym, wprowadzenie nowych technologii, które obecnie sprowadzały się głównie do zakupu maszyn i urządzeń do produkcji mebli, poprawiło jakość i wydajność rodzimych zakładów. Wraz z dostępem do światowej jakości i technologii nastąpił transfer wiedzy o tychże maszynach, za co należy się uznanie naszym rodzimym handlowcom z firm reprezentujących niemieckie, włoskie i austriackie potęgę przemysłu maszynowego. Jednakże, aby skorzystać z nowych środków, konieczne będzie podjęcie większego wysiłku oraz elastycznej współpracy biznesu z jednostkami naukowymi. Jednym słowem należy postawić na innowacyjność. A jeśli innowacyjność, to przede wszystkim wprowadzenie systemów produkcji mebli.

Systemy produkcji mebli

System zarządzania produkcją mebli polega na zastosowaniu właściwych maszyn i urządzeń wspartych techniką informatyczną tak, aby prowadzenie procesu produkcyjnego było jak najbardziej wydajne. A to oznacza automatyzację wspieraną systemami informatycznymi, na różnych szczeblach zarządzania: od systemów ERP (Zarządzanie Zasobami Przedsiębiorstwa – czyli potocznie mówiąc systemy finansowo-magazynowo-kadrowe) poprzez systemy PPS (System Sterowania Produkcją), aż do systemów CAD/CAM pozwalających na numeryczne sterowanie poszczególnymi maszynami. Oczywiście niedoścignionym ciągle ideałem jest zastosowanie rozwiązań internetowych do automatycznego przyjmowania zleceń produkcyjnych bezpośrednio wprowadzanych na stronie firmy przez jej klientów. Proszę wybaczyć nasze śmiałe stwierdzenie, ale świadomość polskich producentów mebli w zakresie systemów jest bardzo niska. Jeszcze w miarę dobrej sytuacji przedstawia się w zakresie wiedzy o pojedynczych maszynach, na skutek wyżej opisanej działalności handlowców. Jeżeli chodzi o systemy informatyczne, to tutaj, niestety, musimy mówić o katastrofie. Oprogramowanie traktowane jest jako zło konieczne i niepotrzebny wydatek. A jego wykorzystanie w przedsiębiorstwie zazwyczaj sprowadza się do ograniczonych, dziedzinowych zastosowań.

Podczas dziesiątek rozmów i wizyt w halach produkcyjnych zidentyfikowaliśmy ponadto inne problemy będące wynikiem zakupów inwestycyjnych. Raz po raz nasuwało się pytanie, czy w rzeczywistości dobrane zostały właściwe maszyny i urządzenia do prowadzonego systemu sprzedaży mebli? Nowe maszyny cieszą oko, ale nie zawsze są efektywnie wykorzystywane. Myślmy tu przede wszystkim o następującej sytuacji: krótkie serie wymuszające konieczność częstego przestawiania maszyn skutkują efektywną pracą maszyn na poziomie nie większym niż 30-50 proc. czasu zmiany. Następnym problemem jest faktycznie brak zarządzania produkcją, nieumiejętność określenia wydajności poszczególnych gniazd technologicznych oraz brak kontroli nad realizacją zleceń produkcyjnych. Stąd też, z jednej strony istnieje olbrzymie pole do pozytywnych zmian, z drugiej zaś należy sobie uzmysłowić, iż w znacznej większości przedsiębiorstwa same z siebie nie podążają opracowaniu wniosków na innowacyjność, aby pozyskać maksymalną wartość bez-

zwrotnej pomocy. Do czasu składania pierwszych wniosków zostało już niewiele czasu, 6-9 miesięcy, nie licząc projektów pilotażowych, które według informacji z wiarygodnych źródeł rozpoczną się jeszcze w IV kwartale bieżącego roku.

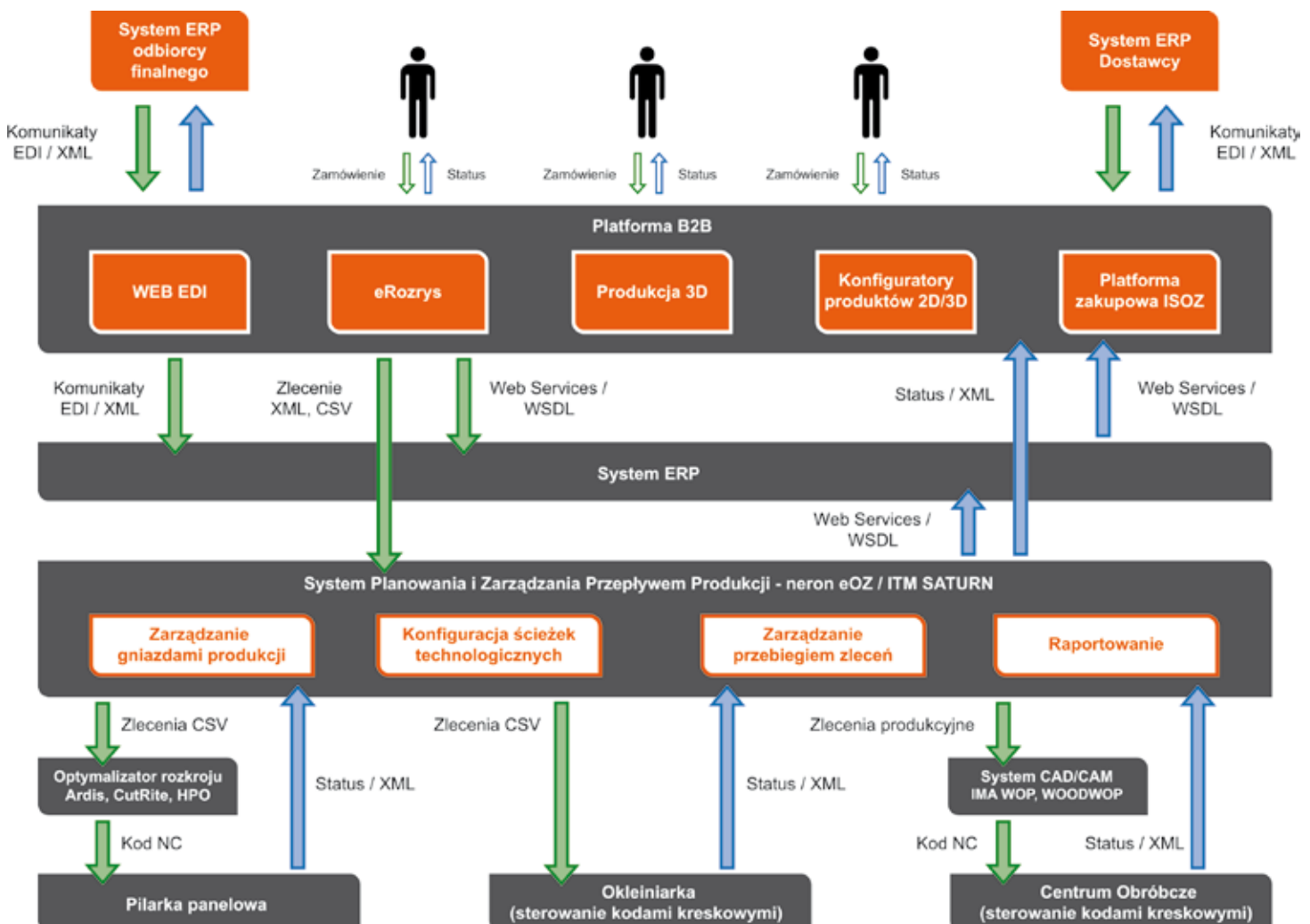
Zdolność wykorzystana na 100 procent

Jak zatem dobrze wykorzystać uciekający czas i sięgnąć po środki na wzrost innowacyjności swojej firmy? Pierwszym krokiem na drodze do sukcesu jest przeprowadzenie analizy przedsiębiorstwa, która w czterech etapach pozwoli na odpowiedź – jakie zmiany są niezbędne do wdrożenia, aby przedsiębiorstwo było innowacyjne, oparte na systemie zarządzania produkcją mebli. Rozważania te powinny dać odpowiedź na następujące pytania: co dzisiaj produkuję i jakie mam problemy? Jak chciałbym, żeby moja fabryka wyglądała za 3-5 lat i co chcę produkować? Jaka dzieli mnie przepaść między stanem obecnym i docelowym? Jakie działania (zakup maszyn i systemów IT) muszę wykonać, aby dotrzeć do celu? W tym celu najlepiej skorzystać z funkcjonujących na rynku firm konsultingowych, które z zewnątrz, obiektywnie spojrzą na przedsiębiorstwo i dokonają profesjonalnej oceny. Co interesujące, istnieje obecnie wiele form finansowania takich audytów ze środków publicznych i to na poziomie 80-90 proc. ich wartości.

Kolejnym krokiem, na bazie tak przeprowadzonego audytu, jest rozpoczęcie współpracy z jednostką badawczą – uczelnią wyższą, instytutami naukowymi i badawczymi. Celem takiej współpracy będzie opracowanie założeń innowacyjności, które możliwe będą do osiągnięcia poprzez inwestycje finansowane w ramach perspektywy 2014-2020. Co więcej, zapewnienie sobie w okresie wdrożenia stałej opieki specjalistów z jednostek naukowych nie tylko podniesie wiarygodność wniosku, ale również z dużym prawdopodobieństwem zwiększy poziom bezzwrotnej pomocy. Przede wszystkim jednak doprowadzi do takiego transferu wiedzy ze świata nauki do biznesu, jakiego jeszcze w historii naszego uczestnictwa w Unii Europejskiej nie było.

Patrząc na błędy popełnione przy składaniu i realizacji wniosków w poprzedniej transzy pomocy, wyciągnijmy wnioski i popatrzmy raz jeszcze krytycznie na swoje przedsiębiorstwo. Ale nie po to, aby wpaść w rozpacz czy zwątpienie, ale aby z nadzieją i entuzjazmem oraz wsparciem ekspertów ze świata nauki rozpocząć projekt innowacyjności własnego przedsiębiorstwa. Musimy sobie powiedzieć krótko: drugi okres dotacji z Unii Europejskiej należy wykorzystać na tworzenie systemów produkcyjnych, tj. układu maszyn i urządzeń współpracujących z systemami informatycznymi, który zapewni 100-proc. wykorzystanie zdolności produkcyjnych przedsiębiorstwa.

SYSTEM ZARZĄDZANIA PRODUKCJĄ MEBLI POLEGA NA ZASTOSOWANIU WŁAŚCIWYCH MASZYN I URZĄDZEŃ WSPARTYCH TECHNIKĄ INFORMATYCZNĄ TAK, ABY PROWADZENIE PROCESU PRODUKCYJNEGO BYŁO JAK NAJBARDZIEJ WYDAJNE. RYS. NERONIT



RAPORT „POLAKÓW WYDATKI NA MEBLE 2014”

JAKI JEST POLSKI POTENCJAŁ ZAKUPOWY NA MEBLE?

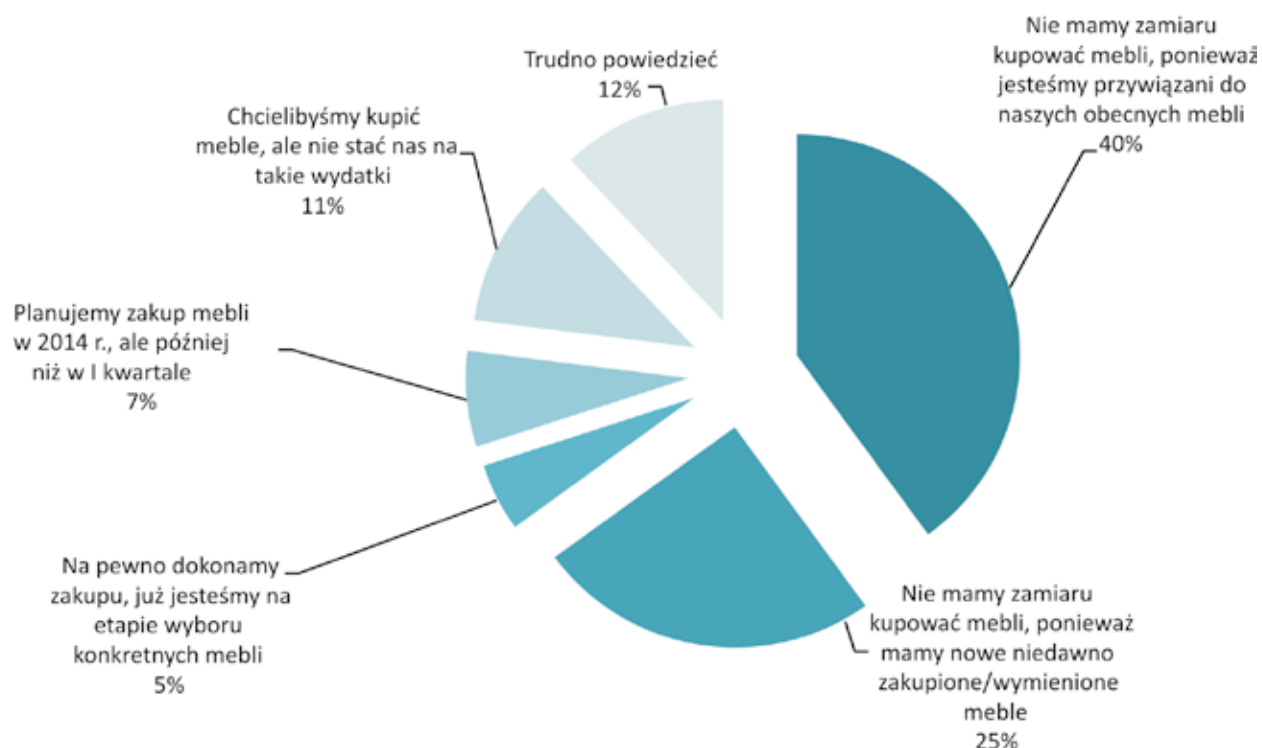
Po raz kolejny na potrzeby raportu rynkowego „Polaków wydatki na meble 2014” przeprowadzone zostały badania na reprezentatywnej grupie Polaków, które pozwoliły na zobrazowanie sytuacji panującej na krajowym rynku meblarskim, a przede wszystkim na rynku konsumenckim.

MILENA DOROZIŃSKA, B+R STUDIO

Z niniejszego raportu, przygotowanego przez B+R Studio wspólnie z Ogólnopolską Izbą Gospodarczą Producentów Mebli, dowiedzieć się można m.in. gdzie w Polsce warto lokować sprzedaż mebli oraz które województwa są idealnym miejscem z punktu widzenia han-

dlowca na poszerzenie sieci dystrybucji. Oszacowany potencjał zakupowy klientów indywidualnych na meble i wyposażenie wnętrz pozwala przewidzieć te warunki. Z punktu widzenia analiz rynku meblarskiego potencjał zakupowy klientów indywidualnych na me-

PLAN ZAKUPÓW MEBLI NA 2014 ROK



ble jest niewątpliwie istotny. Informacje te z pewnością są ważne dla menadżerów sprzedaży zajmujących się przygotowaniem odpowiedniej strategii sprzedaży towarów i usług oraz odpowiednim rozlokowaniem zasobów.

Potencjał zakupowy mieszkańców Polski przedstawiono w podziale na województwa. Pozwoliło to na oszacowanie, ile szacunkowo przeznaczają na wydatki na meble mieszkańcy danego województwa. Należy jednak zaznaczyć, że nie zawsze dokonują oni zakupów w swoim miejscu zamieszkania. W analizie uwzględniono m.in. przeciętną wartość dochodów przeznaczanych na całą konsumpcję – w podziale na województwa oraz liczbę ludności poszczególnych województw (wg NSP 2011). Na podstawie zestawienia struktury wydatków gospodarstw domowych z dochodami rozporządzalnymi został określony potencjał rynku według województw. Opracowana zależność między oficjalnymi danymi na temat przeciętnych wydatków na prowadzenie i wyposażenie mieszkania a przeciętnymi wydatkami na meble i elementy meblowe w układzie grup społeczno-ekonomicznych gospodarstw domowych wykazuje korelację, dla której współczynnik wynosi 0,85. Na bazie zależności matematycznej potwierdzono irracjonalne spostrzeżenia mówiące o tym, że wraz ze wzrostem dochodu rozporządzalnego w gospodarstwie domowym zwiększa się skłonność do dokonywania zakupów mebli oraz ich wartość. Na tej podstawie, określone w badaniach GUS na grupie ponad 38 tys. gospodarstw domowych, przeciętne wydatki na prowadzenie i wyposażenie mieszkania prezentowane w układzie województw przełożono na przeciętne wydatki na meble i elementy meblowe. Otrzymane wyniki uzupełniono o liczbę mieszkańców, w konsekwencji czego otrzymano potencjał zakupowy danego województwa.

Gdzie warto lokować sprzedaż?

Na podstawie publikacji „Narodowy Spis Ludności 2011” wnioskujemy się, że województwo mazowieckie cechuje się największą liczbą ludności spośród wszystkich województw. W województwie mazowieckim zamieszkuje blisko pięć razy więcej ludzi niż np. w woj. świętokrzyskim czy lubuskim. Drugie miejsce pod względem liczby ludności zajmuje województwo śląskie, które zamieszkuje 12 proc. ogółu ludności. Z kolei takie województwa jak podlaskie czy opolskie należą do województw, które skupiają najmniej mieszkańców – zaledwie 3 proc. Na podstawie danych o liczbie ludności w Polsce określono, że średnia wielkość populacji województwa pod tym względem wynosi 6,25 proc. całkowitej liczby mieszkańców. Województwa, w których populacja układa się powyżej średniej liczby ludności, to między innymi województwo mazowieckie, śląskie, małopolskie, wielkopolskie, dolnośląskie oraz łódzkie. Na podstawie analizy stwierdzono, że najwyższy potencjał zakupowy występuje w województwie mazowieckim i śląskim, odpowiednio na 22 proc. i 12 proc. rynku krajowego. Jednocześnie są to województwa o największej liczbie ludności. Rozkład potencjału zakupowego w podziale na województwa wyrażony w procentach w dużej mierze pokrywa się z podziałem liczby ludności w procentach według województw, ale faktyczne różnice zacierają zaokrąglenia wyników do pełnych procentów.

Według spostrzeżeń autorów raportu „Polaków wydatki na meble 2014”, niepopartych jednak obliczeniami matematycznymi, regiony wykazujące większy potencjał zakupowy dodatkowo poprzez koncentrację liczby punktów sprzedaży, przyciągają klientów z pobliskich województw. Z kolei odwrotna sytuacja ma miejsce w woje-

wództwach o niskim potencjale zakupowym, z których następuje odpływ do sąsiednich województw w celu zakupu mebli.

Wiedząc już, gdzie warto lokować sprzedaż swoich produktów, należy przytoczyć wyniki badań, które dotyczą planów zakupowych mebli Polaków. Wynika z nich, że w I kwartale 2014 r. zakupu mebli dokonało więcej Polaków niż w I kwartale 2013 r. Podczas badania 12 proc. respondentów było zdecydowanych na zakup mebli w 2014 r., podczas gdy w roku ubiegłym było to 10 proc. 5 proc. z nich jest już na etapie wyboru konkretnych mebli, podczas gdy w 2013 r. było to 3 proc. 7 proc. z nich planuje zakupy później niż w I kwartale bieżącego roku. Przy czym należy uwzględnić, że proces decyzyjny przy zakupie mebli może trwać nawet do sześciu miesięcy, a w związku z tym duża część badanych mogła nie mieć sprecyzowanych planów odnośnie zakupu mebli lub czeka na atrakcyjną ofertę promocyjną, bądź na lepszą sytuację materialną.

Źródło wiarygodnej wiedzy

W tegorocznym wydaniu raportu „Polaków wydatki na meble” odnajdą Państwo nie tylko informacje o wartości rynku meblarskiego klientów indywidualnych, typach kupowanych mebli, jak i kwotach wydawanych przez Polaków na poszczególne rodzaje mebli. Obecna edycja została rozszerzona o szereg istotnych kwestii, dotyczących m.in. metod finansowania kupowanych mebli, aspektów preferencji, np. rodzaje wybieranych obić tapicerskich czy materiałów na meble skrzyniowe, a także informacje o zależności rodzaju kupowanych mebli, np. kuchennych, od miejsca zakupu. Raport „Polaków wydatki na meble 2014” to źródło wiarygodnej wiedzy o zwyczajach zakupowych Polaków i doskonałe narzędzie dla tych Państwa, którzy chcą zwiększać wartość sprzedaży na rynku krajowym.



LICZBA LUDNOŚCI A POTENCJAŁ ZAKUPOWY MEBLI:

Województwo	Liczba ludności	Potencjał zakupowy na podstawie deklaracji wartości zakupów
dolnośląskie	7%	8%
kujawsko-pomorskie	5%	5%
lubelskie	6%	6%
lubuskie	3%	2%
łódzkie	7%	7%
małopolskie	9%	8%
mazowieckie	14%	20%
opolskie	3%	3%
podkarpackie	5%	4%
podlaskie	3%	3%
pomorskie	6%	7%
śląskie	12%	13%
świętokrzyskie	3%	3%
warmińsko-mazurskie	4%	3%
wielkopolskie	9%	6%
zachodniopomorskie	4%	4%

źródło: Narodowy Spis Ludności 2011. GUS; szacunki B+R Studio

PLATFORMA BUSINESS INTELLIGENCE

JAK ZWIĘKSZYĆ ZYSKI, ZWIĘKSZAJĄC WARTOŚĆ DANYCH

Każda firma pragnie zmaksymalizować marżę, zwiększyć zyski i ostatecznie zwiększyć wartość przedsiębiorstwa. W dobie bardzo łatwej dostępności do wszelkich danych, w prosty sposób jesteśmy w stanie dokonać analizy funkcjonowania i kondycji naszej firmy. Jedną z najważniejszych rzeczy jest profesjonalne i efektywne zarządzanie cenami. Dzieje się tak zarówno w przypadku podmiotów z sektora produkcyjnego B2B, jak i B2C.

 PAWEŁ MAZUREK Z FIRMY STIMM

Co powstrzymuje firmy przed odpowiednim wykorzystaniem narzędzi IT w celu zwiększenia rentowności? Tym, co często dzieli firmy odnoszące sukces od tych borykających się z problemem niskiej rentowności, jest błędne przekonanie o małych korzyściach płynących z narzędzi analitycznych przy podejmowaniu szybkich i trafnych decyzji biznesowych. Jednym z najbardziej nowoczesnych rozwiązań są obecnie platformy Business Intelligence (BI) światowego lidera (wg raportu Gartnera) QlikView. Wykorzystanie takich rozwiązań to nic innego jak zamiana danych w informacje umożliwiające w kilka sekund przeprowadzenie analiz np.: rentowności sprzedaży, efektywności zarządzania kapitałem obrotowym, marżowości, rabatów, dostępu do informacji o wynikach finansowych w obszarach np. – produktowych, grupach klienta, kanałach sprzedaży, rozliczenia w sieci sprzedaży (rabaty, prowizje, koszty transportu, magazynowania i reklamacji, etc.)

Klucz do wzrostu przychodów

Zarządzanie cenami jest jedną z najpotężniejszych dźwigni zysku. Nie istnieje szybszy sposób na zwiększenie rentowności i zyskanie przewagi konkurencyjnej niż poprawa jakości i precyzyjności cen oraz poziomów udzielanych rabatów. Nie chodzi tu bynajmniej o kroki typu: od jutra podniemy wszystkie ceny na wszystkie produkty, dla wszystkich klientów i na wszystkie zamówienia o 5 proc. Celem efektywnego usprawnienia polityki cenowej na rynkach B2B (business-to-business) i B2C (business-to-customer) jest precyzyjne określenie sytuacji, w których można żądać wyższej ceny przy minimum ryzyka niezamknięcia sprzedaży. Samo to może pozwolić na wygenerowanie znacznie większego zysku. Wiele firm w celu łatwości wdrożenia i zarządzania modelem cenowym stosuje bardzo podstawowe i nieskomplikowane reguły ustalania cen, które powodują rezygnację ze znacznej części marży. Biorąc pod

uwagę dostępną dzisiaj technologię, zwiększona złożoność modelu cenowego wcale nie oznacza, iż będzie on trudny do zastosowania i wdrożenia na rynku. Odpowiednia budowa i użycie wsparcia analitycznego przy wykorzystaniu narzędzi Business Intelligence (BI) powoduje, że nawet najbardziej zaawansowane modele cenowe mogą generować łatwe i zrozumiałe rekomendacje cenowe. Dzięki pełnej kompatybilności rozwiązań BI oferowanych przez QlikView z praktycznie każdym systemem informatycznym (ERP, CRM etc.), wdrożenie zaawansowanych rozwiązań analitycznych konsolidujących wiele źródeł danych wykorzystywanych w codziennej pracy trwa ok. 10-12 tygodni.

Wykorzystując obecne możliwości rozwiązań BI i dostępu do danych na każdym urządzeniu mobilnym (smartfon, tablet etc.), nawet najbardziej skomplikowana polityka cenowa sprowadza się do przeprowadzenia łatwej analizy cenowej przez przedstawiciela handlowego w terenie i zaoferowania klientowi lub potwierdzenia z nim ceny zwiększającej marżę firmy przy ograniczonym ryzyku rezygnacji klienta.

Wyzwania raportowe i analityczne w branży meblarskiej

Typowym wyzwaniem firm meblarskich jest brak istotnego zróżnicowania marż oraz zasad promocji cenowych pomiędzy elementami asortymentu. Wynika to z braku odpowiednich narzędzi umożliwiających monitorowanie dotychczasowych decyzji i poprawę ich efektywności w przyszłości. Dzięki narzędziom Business Intelligence (BI) mamy możliwość uzyskania w kilka sekund odpowiedzi na najbardziej istotne pytania, takie jak np.: jak identyfikować skutecznych handlowców i kto udziela największych rabatów? Czy wiemy, jak poszczególne elementy warunków handlowych wpływają na rentowność naszych klientów? Czy wiemy, w jaki sposób promocje

cenowe wpływają na naszą zyskowność? Czy jesteśmy w stanie szybko wskazać, które produkty i które kategorie produktów sprzedają się najlepiej, a które najgorzej? Gdzie kapitał obrotowy pracuje najefektywniej?

To tylko niektóre z problemów, z którymi na co dzień borykają się menadżerowie i analitycy, tworząc wiele tabel, raportów i wykresów, pochodzących bardzo często z różnych systemów informatycznych, by następnie godzinami szukać w nich pożądaných informacji. Dzięki zastosowaniu nowoczesnych rozwiązań BI, w tym QlikView, wraz ze specjalnie zaimplementowaną przez specjalistów branżowych logiką biznesową, odpowiedzi na takie jak powyższe pytania są dostępne w kilka sekund. Możliwość konsolidacji dowolnych źródeł danych sprawia, że za pomocą kilku „kliknięć” myszą możemy otrzymać pożądaną informację. Specjalnie opracowany interfejs graficzny nie wymaga szkolenia, dzięki czemu każda osoba podejmująca decyzje jest w stanie w dowolnej chwili poprzez je o wiarygodne dane pochodzące z wielu obszarów biznesowych. Optymalizacja harmonogramu produkcji, racjonalne zaplanowanie czasu pracy maszyn, wyznaczanie optymalnego poziomu zapasów dla uniknięcia nadwyżek magazynowych generujących dodatkowe koszty – to niektóre przykłady wsparcia oferowanego przez narzędzia Business Intelligence – prowadzące do bardziej efektywnego zarządzania produkcją i wzrostu wolumenu sprzedaży.

Business Intelligence jako koszt czy inwestycja?

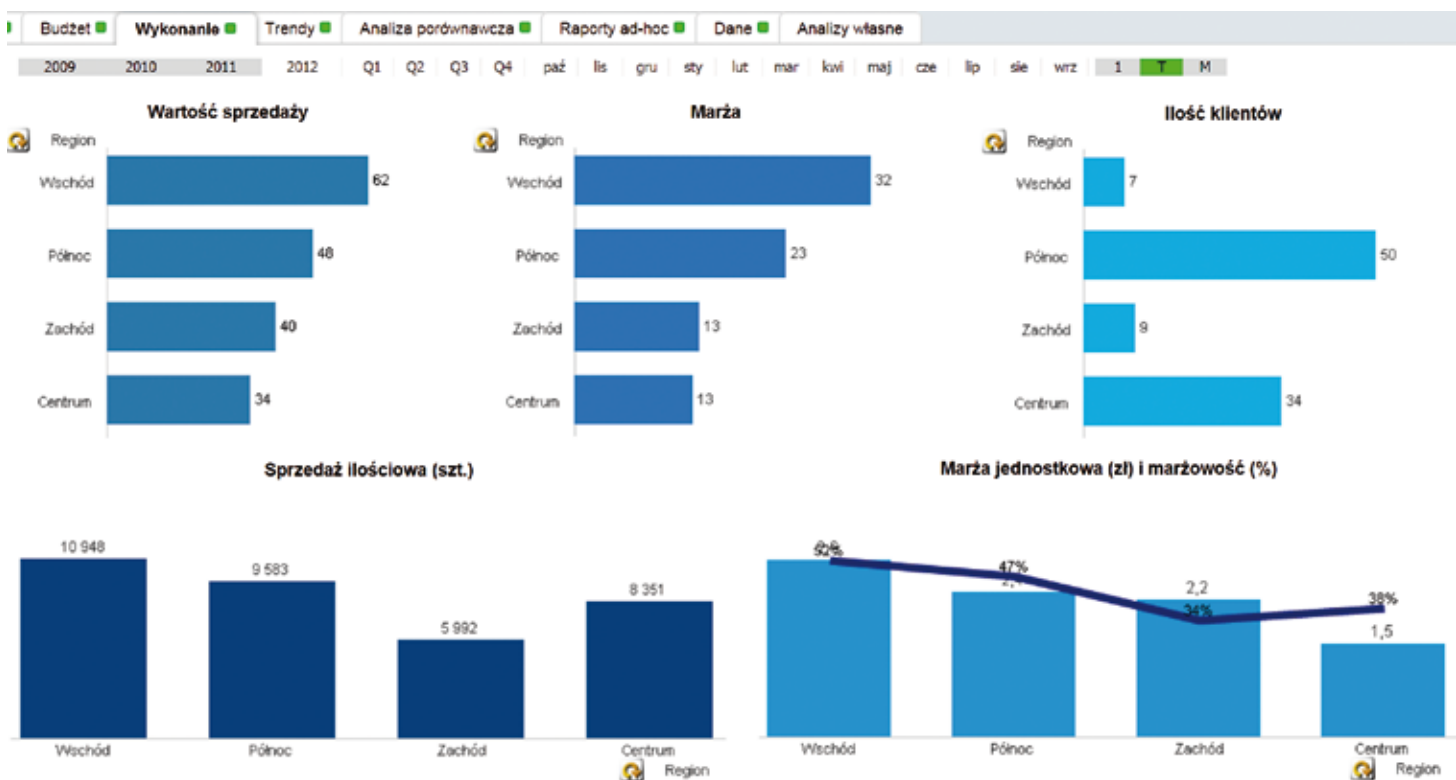
W dobie powszechnej informatyzacji wszelkich procesów biznesowych firmy gromadzą coraz większą ilość danych. Nieustannie rosnąca moc obliczeniowa komputerów i urządzeń mobilnych powoduje, że analizy setek tysięcy danych są możliwe w chwilę po naciśnięciu przycisku. Coraz więcej firm przekonuje się, że wydatek na budowę platformy BI przy wsparciu specjalistów branżowych to inwestycja w przyszłe zyski.

Przykład jednego z projektów, gdzie dyrektor sprzedaży w firmie produkcyjnej robiąc proste analizy danych, jest w stanie podjąć działania, które zwiększają rentowność segmentu biznesowego o 5 proc. W oparciu o informacje, które przeanalizował w narzędziach BI, jest w stanie podnieść marżowość segmentu poprzez obniżenie rabatów dla sporadycznych klientów, wprowadzenie innych, wyżej marżowych produktów, wprowadzenie opłat transportowych oraz negocjacje z dostawcami kluczowych towarów. Wszystkie te działania wygenerowały marżę, przy której inwestycja we wdrożenie platformy BI QlikView zwróciła się w kilka tygodni.

– Nie ma wątpliwości, że wdrożenie platformy BI QlikView przyniosło naszej firmie korzyści i uczyniło nas bardziej produktywną – powiedział dyrektor finansowy międzynarodowej firmy meblarskiej Furninova. Tradycyjna branża meblarska nie boi się coraz częściej sięgać po wiodące rozwiązania informatyczne. Wyznaczając trendy, trzeba wyznaczać je w każdej dziedzinie.



RYS. ANALIZA RENTOWNOŚCI



DZIAŁALNOŚĆ OIGPM W 2013 ROKU

W SŁUŻBIE MEBLARSTWU OD BLISKO 20 LAT

W 2013 roku OIGPM kontynuowała swoją misję rozwoju polskiego meblarstwa, w tym ze szczególnym położeniem nacisku na promocję eksportu i marki polskich mebli.

Sprawy organizacyjne

Do dnia 11 czerwca 2013 roku, to jest do czasu upływu swej kadencji i dokonania przez sprawozdawczo-wyborcze Walne Zgromadzenie Członków Izby wyboru nowej Rady, Rada Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli funkcjonowała w składzie: Jacek Twaróg (prezes), Maciej Formanowicz (wiceprezes), Tadeusz Respondek (wiceprezes), Michał Balcerkiewicz (członek) oraz Władysław Strykowski (członek). W wyniku wyborów dokonanych przez Walne Zgromadzenie Członków Izby Rada OIGPM od dnia 11 czerwca 2013 roku kontynuowała działalność w następującym składzie: Jacek Twaróg (prezes), Tadeusz Respondek (wiceprezes), Władysław Strykowski (wiceprezes), Tomasz Węglewski (członek) oraz Jan Szynaka (członek).

Podczas swych ubiegłorocznych posiedzeń Rada Izby, zgodnie ze swymi statutowymi obowiązkami, realizowała decyzje Walnego Zgromadzenia Członków i kierowała pracami Izby poprzez: ustalenie programu działania Izby na 2013 rok, zatwierdzenie budżetu Izby na 2013 rok, zatwierdzenie bilansu Izby za 2012 rok, podejmowanie uchwał we wszystkich przedłożonych Radzie sprawach. Ponadto w roku 2013 Rada pełniła statutowe funkcje: reprezentowania Izby na zewnątrz, zarządzania majątkiem Izby oraz przyjmowania nowych członków Izby. Funkcje wykonawcze, w tym obsługę organizacyjną i dokumentacyjną wszystkich prac Izby w okresie sprawozdawczym, pełniło Biuro Izby w Warszawie. Z kolei obowiązki dyrektora Biura Izby w 2013 roku pełnił Marek Adamowicz.

Działalność statutowa

Podstawowe kierunki merytorycznych działań Izby w ubiegłym roku wyznaczał roczny plan pracy Izby, zatwierdzony przez Radę Izby. W roku 2013 Izba podtrzymywała swoje kontakty z Europejską Organizacją Meblarską (UEA), a także innymi krajowymi organizacjami branżowymi zrzeszonymi i niezrzeszonymi w UEA. Z kolei podczas targów MEBLE POLSKA 2013 oraz FURNICA 2013 w Poznaniu Izba na swoim stoisku odbyła kilka spotkań z przedstawicielami różnych zagranicznych organizacji, między innymi z przedstawicielami targów IMM, ZOW czy MOW. Spotkania te dotyczyły w głównej mierze możliwości nawiązania współpracy z polskimi producentami mebli oraz polskimi producentami kom-



JACEK TWARÓG, PREZES OGÓLNOPOLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ
PRODUCENTÓW MEBLI.

Od dłuższego czasu OIGPM podejmuje wiele działań mających na celu połączenie międzynarodowej promocji polskiej gospodarki z międzynarodową promocją polskich mebli. Możliwość takiej promocji i znacznie szerszej współpracy z MTP stwarza uruchomiony przez Ministerstwo Gospodarki projekt systemowy w ramach Priorytetu 6. Działania 5. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.



ponentów i akcesoriów do produkcji mebli. Jednocześnie spotkała się również z przedstawicielami prasy zagranicznej, w tym między innymi z przedstawicielami wydawnictwa Möbelmarkt.

W roku 2013 kontynuowała także współpracę z Ministerstwem Gospodarki, Ministerstwem Środowiska, Lasami Państwowymi oraz Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości.

Podtrzymywała także swoje zaangażowanie w prace Grupy Roboczej Przemysłu Drzewnego powołanej przez wiceministra środowiska Janusza Zaleskiego. Grupa Robocza została powołana w celu przygotowania projektu zmian w zasadach sprzedaży drewna przez Lasy Państwowe oraz do dalszej ciągłej współpracy z DGLP. W opiniach przekazywanych do Dyrekcji Generalnej Lasów Państwowych przez prezesa OIGPM Jacka Twaroga zmiany miały dotyczyć reformy systemu sprzedaży drewna, obejmującej: wprowadzenie proporcji 80/20 proc. w podziale puli drewna pomiędzy przetargi ograniczone a otwarte, wykorzystanie przez odbiorców wydłużonej historii zakupów (z okresu od 1 do 5 lub 8 lat do wyboru – miało to na celu premiowanie stałych, długoletnich odbiorców z LP oraz eliminację spekulacyjnych zakupów).

Ponadto zdaniem Izby należy wprowadzić tak zwane zasady „zwyczajny kupiecki”, zwłaszcza odnośnie dotychczasowych zakupów dotyczących gatunku, rodzaju i sortymentu drewna. Powinien być też stosowany w zapłacie za odebrany surowiec system rabatów – uzależniony od wartości zakupów oraz system wydłużonych terminów płatności.

Konferencje, seminaria i szkolenia

W 2013 roku OIGPM była organizatorem oraz współorganizatorem 14 krajowych seminariów oraz konferencji. M.in. podczas targów MEBLE POLSKA 2013 w Poznaniu przygotowała bogaty program seminariów i warsztatów, w tym między innymi cykl prowadzony przez dr. Marka Borowińskiego czy firmę B+R Studio. Ponadto podczas targów FURNICA 2013 w Poznaniu przygotowała program imprez towarzyszących, w tym między innymi spotkanie pt. „Jak z kanapy zrobić e-kanapę?”, prowadzone przez firmę EDISON, a podczas Międzynarodowych Targów Meblowych w Ostródzie między innymi panel dyskusyjny pt. „Przyszłość handlu meblami w Polsce”.

W dniu 14 maja OIGPM wzięła udział w Europejskim Kongresie Gospodarczym w Katowicach. Wiceprezes Izby Tadeusz Respondek był jednym z prelegentów panelu „Zrównoważona produkcja i konsumpcja drewna i materiałów drewnopochodnych w Europie”.

Działalność w zakresie promocji eksportu mebli

Izba kontynuowała stałą współpracę z Departamentem Funduszy Europejskich oraz Departamentem Instrumentów Wsparcia w Ministerstwie Gospodarki celem pozyskiwania środków na dofinansowanie działalności w zakresie promocji realizowanego przez

członków Izby eksportu mebli. Kontynuowała także współpracę z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi.

Od dłuższego czasu OIGPM podejmuje wiele działań mających na celu połączenie międzynarodowej promocji polskiej gospodarki z międzynarodową promocją polskich mebli. Możliwość takiej promocji i znacznie szerszej współpracy z MTP stwarza uruchomiony przez Ministerstwo Gospodarki projekt systemowy w ramach Priorytetu 6. Działania 5. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. W grudniu 2013 roku Biuro Izby zorganizowało spotkanie z producentami mebli z regionu Swarzędza, Szczecinka oraz Lublina poświęcone promocji polskiej gospodarki powiązanej z promocją polskich mebli. Spotkania te są kontynuacją spotkań rozpoczętych w roku 2009 i organizowane są one w regionach o znaczącej koncentracji producentów mebli.

Rozwój działalności informacyjnej Izby

W roku 2013 OIGPM kontynuowała współpracę z firmą B+R Studio w zakresie opracowywania oraz publikowania raportów rynkowych mających głównie za zadanie przybliżenie sytuacji panującej na rynku meblarskim w Polsce. W ramach dotychczasowej współpracy w okresie sprawozdawczym przygotowane zostały raporty: „Polskie Meble Outlook 2013”, „Polaków wydatki na meble 2013”, „Rynek płyt drewnopochodnych w Polsce”, „Analiza rynku tapicerowanych mebli wypoczynkowych” oraz „Rynki Europy Wschodniej” i „Prognoza eksportu mebli 2013”. Raporty te udostępniane są firmom odpłatnie.

Jednocześnie raport „Polaków wydatki na meble 2013” zawiera wyniki badań przeprowadzonych w listopadzie 2012 roku przez firmę PBS na grupie reprezentatywnej dorosłych Polaków.

W roku 2013 Biuro Izby przygotowało i wystosowało w sumie ponad 90 dokumentów informacyjnych w formie e-maili, pism, protokołów, notatek oraz innych dokumentów.

Działania na rzecz zdobycia dotacji

W roku 2013 Izba kontynuowała prace związane z realizacją Branżowego Programu Promocji w ramach Działania 6.5 POIG dotyczącego promocji polskiej gospodarki. Prace przygotowawcze do realizacji tego projektu rozpoczęte zostały już w dniu 25 lutego 2010 roku. BPP prowadzony jest wspólnie przez konsorcjum MTP i OIGPM.

W I kwartale 2013 roku trwały prace nad przygotowaniem i organizacją wyjazdowych misji gospodarczych polskich przedsiębiorców na targi meblowe do Paryża, Birmingham oraz Kijowa, a także nad organizacją i pobytem w charakterze wystawców polskich producentów mebli na targach w Kolonii oraz Paryżu w styczniu 2013 roku. Jednocześnie podczas tych wydarzeń zorganizowane zostały również konferencje promujące polską branżę meblarską, w których udział wzięli przedstawiciele Biura Izby.

W lipcu oraz sierpniu 2013 roku trwały prace związane z przygotowaniem wyjazdu polskich przedsiębiorców w charakterze wystawców na Targi MOW w Bad Salzungen oraz Targi MEBLE w Moskwie. Ponadto w dniu 19 lipca Izba wystąpiła do premiera Janusza Piechocińskiego z pismem w sprawie przedłużenia BPP na lata następne, w perspektywie do roku 2020. W dniu 30 września 2013 roku odbyło się spotkanie w tej sprawie z przedstawicielami MG. W spotkaniu tym ze strony Biura Izby udział wziął Marek Adamowicz. Ministerstwo Gospodarki nie jest jeszcze gotowe do rozmów na temat przedłużenia wspomnianego wyżej projektu, głównie z powodu braku wytycznych o podziale środków z nowego budżetu na lata 2014-2020. Kładziony jest obecnie duży nacisk, aby środki rozdysponowywane były głównie przez regiony, co wykluczałoby w praktyce finansowanie projektów ogólnopolskich, a takim projektem jest obecnie BPP. Następne spotkania i rozmowy w tej sprawie były kontynuowane w 2014 roku.

W marcu 2013 roku Izba złożyła do Ministerstwa Gospodarki wniosek o udzielenie dotacji w ramach projektu „Wsparcie udziału organizacji przedsiębiorców w pracach międzynarodowych grup lub organizacji branżowych”. W ramach powyższego projektu uzyskać można było dofinansowanie na pokrycie składki członkowskiej za rok 2013, jaką OIGPM płaci do Europejskiej Organizacji Meblarskiej UEA. Dotacja pokrywa 100 proc. wysokości składki. Ministerstwo Gospodarki przyznało Izbie dofinansowanie. Rozliczenie dofinansowania nastąpiło w grudniu 2013 roku.

W sprawie branżowej edukacji

W roku 2013 Izba wraz z IG Metall Vorkurs z Niemiec oraz partnerami zagranicznymi z Belgii, Bułgarii, Danii, Niemiec, Holandii i Rumunii prowadziła projekt BOLSTER UP. Jego celem jest rozwój szeroko pojętych kompetencji pracowników w dwóch pokrewnych zawodach, tj. tapicer i stolarz, którzy łącznie stanowią grupę około 50 proc. wykwalifikowanych pracowników zatrudnionych w europejskich sektorach przemysłu drzewnego oraz meblarskiego. Na bazie przeprowadzonych obszernych badań na temat krajowych wymagań dotyczących kwalifikacji i kompetencji pracowników w wybranym sektorze przemysłu, uwzględniając jego zapotrzebowanie w przyszłości, w ramach powyższego projektu został opracowany ogólny profil kształcenia zawodowego. Rezultaty powyższego projektu zostały włączone do istniejącego europejskiego dialogu społecznego i będą one szeroko promowane w całej Europie. Jednocześnie długoterminowym celem działań jest osiągnięcie pełnej akceptacji oraz wzajemne uznanie podstawowych profili zawodowych we wszystkich krajach europejskich. Kolejny projekt, w jakim uczestniczy Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli w ramach programu Leonardo da Vinci, to ECO4VET. Projekt ten Izba realizuje od 1 grudnia 2013 roku wraz z partnerami zagranicznymi z Hiszpanii, Włoch, Belgii, Turcji, Rumunii oraz Grecji. W projekcie uczestniczą także Związek Zawodowy BUDOWLANI

z Polski. Projekt ECO4VET jest inicjatywą 10 partnerów (w tym stowarzyszeń producentów mebli, instytucji kształcenia i szkolenia zawodowego oraz decydentów mających wpływ na politykę VET) z krajów UE. Głównym jego celem jest stworzenie standardowego programu nauczania i kwalifikacji specjalistów mebli w zakresie ekodesignu i zrównoważonej produkcji, tak aby minimalizować negatywny wpływ przemysłu meblarskiego na środowisko naturalne, a także zoptymalizować cykl życia produktów.

W ostatnich latach takie czynniki, jak zaostrzane normy w zakresie ochrony środowiska, uwolnienie standardowych wytycznych dotyczących stosowania ekodesignu oraz ciągle rosnące wymagania rynków wschodzących w zakresie trwałości produktów, stworzyły nowe wyzwania dla producentów mebli.

Jednocześnie od października 2013 roku Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli prowadzi wraz z partnerami zagranicznymi projekt pod nazwą IQ for ECVET również w ramach programu Leonardo da Vinci. Głównym celem projektu jest wsparcie systemu kształcenia i szkolenia zawodowego (VET) w krajach partnerskich Unii Europejskiej poprzez promowanie europejskiego systemu transferu osiągnięć w kształceniu i szkoleniu zawodowym (ECVET). W ramach projektu zostaną zebrane i opracowane w przejrzysty sposób informacje na temat wymaganych kompetencji w ramach sześciu profili zawodowych w zaangażowanych krajach (branża meblarska – dwa profile zawodowe, branża włókiennicza – dwa profile zawodowe oraz produkcja podłóg – dwa profile zawodowe). Jednocześnie stworzona zostanie atrakcyjna „e-learningowa platforma internetowa” zawierająca moduły edukacyjne dotyczące trzech powyższych branż.

Ponadto 1 października 2013 roku OIGPM realizuje europejski projekt w programie Leonardo da Vinci odnoszący się do stosowania technologii informacyjno-komunikacyjnych w projektowaniu mebli dla osób starszych i niepełnosprawnych fizycznie – projekt VETALL. Jego celem jest opracowanie i zatwierdzenie jednolitego programu nauczania dla europejskiego przemysłu meblarskiego. W projekcie uczestniczą reprezentanci ośrodków badawczych, ośrodków kształcenia zawodowego oraz uniwersytetów z Hiszpanii, Słowenii, Polski, Włoch, Austrii i Wielkiej Brytanii. Uczestniczą w nim dwa polskie ośrodki: Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli oraz Wydział Technologii Drewna SGGW.

Sprawy członkowskie

W 2013 roku OIGPM kontynuowała prace na rzecz przyjęcia do Izby nowych członków pod roboczą nazwą „Powszechna Izba”. Program ten ma na celu pozyskanie do Izby nowych członków oraz aktywizację firm już obecnych w Izbie. W 2013 roku w poczet członków Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli przyjęto, na mocy decyzji Rady Izby, jedną firmę: JBM FPHU JACEK BERGIEL, RENATA BERGIEL z Borowiny Stanieckiej k. Zamościa (woj. lubelskie).



W ostatnich latach takie czynniki, jak zaostrzane normy w zakresie ochrony środowiska, uwolnienie standardowych wytycznych dotyczących stosowania ekodesignu oraz ciągle rosnące wymagania rynków wschodzących w zakresie trwałości produktów, stworzyły nowe wyzwania dla producentów mebli.

REZERWACJA POWIERZCHNI NA ROK 2015 IDZIE PEŁNĄ PARĄ

MEBLE POLSKA W WERSJI GLOBALNEJ

W pawilonach targów MEBLE POLSKA 2015 zarezerwowana jest większość dotychczasowej powierzchni ekspozycyjnej. Targowe prezentacje liderów polskiej branży meblarskiej deklarujących udział w przyszłorocznej edycji największych ściśle kontraktacyjnych targów meblowych w Europie Środkowo-Wschodniej, która odbędzie się w Poznaniu od 17 do 20 lutego 2015 r., zajmują już prawie 80 proc. powierzchni z edycji 2014.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW MTP

– Pierwsze rezerwacje powierzchni na rok 2015 wpłynęły od wystawców już podczas tegorocznej edycji w lutym – mówi dyrektor targów MEBLE POLSKA Józef Szyszka.

Kto zatem poważnie myśli o skorzystaniu z tej wyjątkowej okazji do zaprezentowania oferty swojej firmy kupcom meblowym z kilkudziesięciu państw świata, nie powinien zwlekać ze zgłoszeniem. Zwłaszcza że po kolejnej rekordowej edycji w siłę sprzedażową poznańskich targów meblowych uwierzyli przedstawiciele wielu nowych firm, które postanowiły dołączyć w przyszłym roku do grona wystawców.

– Zgodnie z naszą polityką lojalnościową pierwszeństwo w wyborze

lokalizacji stoiska w pawilonach mają nasi stali partnerzy – wyjaśnia Józef Szyszka. – Jednak w przypadku gdy wystawca poprzednich edycji będzie zbyt długo zwlekał ze zgłoszeniem, nie będziemy, niestety, mogli zagwarantować mu zachowania dotychczasowego miejsca na ekspozycji.

Czy starczy miejsca w pawilonach dla wszystkich chętnych? Dyrektor targów MEBLE POLSKA przekonuje, że tak.

– Miejsca ci u nas dostatek – mówi dyrektor. – W razie potrzeby mamy możliwość otwarcia na potrzeby ekspozycji meblowej dodatkowego pawilonu. Ponadto po tegorocznej rewitalizacji pawilonu 8A gruntownie



PODZAS TEGOROCZNYCH TARGÓW MEBLE POLSKA NA POWIERZCHNI 35 000 MKW. (13 PROC. WIĘCEJ NIŻ PRZED ROKIEM) SWOJĄ OFERTĘ ZAPREZENTOWAŁO 207 FIRM Z 7 KRAJÓW. FOT. MTP

zmodernizowany zostanie teraz także pawilon 3, w którym po przebudowie znacząco zwiększy się powierzchnia ekspozycyjna.

Polskie okno na świat

Podczas tegorocznych targów MEBLE POLSKA, które odbyły się w Poznaniu od 18 do 21 lutego, na powierzchni 35 000 mkw. (13 proc. więcej niż przed rokiem) swoją ofertę zaprezentowało 207 firm z 7 krajów (Belgii, Hiszpanii, Litwy, Polski, Słowacji, Wielkiej Brytanii i Włoch) – co oznacza wzrost w stosunku do ostatniej rekordowej edycji o 10,1 proc. Wśród wystawców byli m.in.: Bizzarto, Bogatti, Bydgoskie Fabryki Mebli, DĄB Meblarska Spółdzielnia Pracy, Dunlopillo, Fabryka Mebli Mikołajczyk, Fameg, Fabryka Mebli Bravo, FORTE Fabryki Mebli, Gała Colezzione, Gała Meble, Gawin Group, Hilding Anders Polska, IMS Polska, IMS Sofa, Jafra, Janpol, Klaster Mebel-Elbląg, KLOSE Kolekcja Mebli, Libro, Ludwik Styl, M&K Foam, Mebin, Meble Krysiak, Meble Matkowski, Meble VOX, Meblomak, PAGED Meble, Poldem, Rameta, Recticel, Restol, ROM AG, Szynaka Meble, Taranko, Trax-BRW, Vero, Vinotti, Wajnert Meble, Wer-Sal, Wintech, Wójcik Fabryka Mebli, XOFA.

Kupcy z 50 krajów

Miniona edycja potwierdziła międzynarodowy charakter poznańskich targów. Wzięło w niej udział 17 495 kupców meblowych z około 50 krajów. To o 2 434 osoby więcej niż podczas ubiegłorocznej rekordowej edycji. Profesjonaliści z branży meblarskiej, którzy zarejestrowali się przed targami w serwisie www.mtp24.pl, mieli możliwość bezpłatnego wstępu i wjazdu na targi. Kluczowi handlowcy otrzymali karty VIP uprawniające także do bezpłatnego cateringu.

Oprócz polskich gości najliczniej reprezentowani byli dystrybutorzy mebli z Niemiec. Targi MEBLE POLSKA 2014 odwiedził na przykład Franz Hampel, prezes GARANT-MÖBEL-Holding International SA, który na targach w Poznaniu prowadził rozmowy o współpracy z Grupą Polskich Kupców Meblowych. Spore grupy profesjonalnych zwiedzających przyjechały także z Litwy, Czech, Wielkiej Brytanii, Fran-

cji, Rosji, Turcji, Holandii, Ukrainy, Belgii, Łotwy, Słowacji, Węgier, Białorusi, Szwecji, Włoch, Hiszpanii, Kazachstanu, Rumunii i Estonii. Pojawili się także hurtowi odbiorcy mebli z tak odległych krajów, jak Arabia Saudyjska, Azerbejdżan, Mongolia, Japonia, Stany Zjednoczone, Tajwan i Nowa Zelandia.

W tym roku, podobnie jak podczas edycji 2013, w ramach realizowanego na zlecenie Ministerstwa Gospodarki Branżowego Programu Promocji Branży Meblowej, którego MEBLE POLSKA są elementem, poznańskie targi meblowe odwiedziły także zorganizowane grupy hurtowników meblowych oraz dziennikarze z Niemiec, Rosji, Ukrainy, Wielkiej Brytanii i Francji. Udział zwiedzających z zagranicy przekroczył w tym roku 27 proc.

– W przyszłym roku będziemy kontynuować nasz program hosted buyers, w ramach którego zapraszamy i pokrywamy koszty przyjazdu i pobytu na targach najważniejszych zagranicznych kupców meblowych dysponujących największym potencjałem zakupowym – mówi Józef Szyszka. – Liczymy także na efekty współpracy z European Federation for Furniture Retailers FENA, którego członkiem stowarzyszonym zostały Targi Poznańskie.

Podpisane podczas minionej edycji porozumienie o współpracy między FENA a MTP zakłada zaangażowanie się stowarzyszenia w promocję targów MEBLE POLSKA wśród sprzedawców i dystrybutorów mebli z Austrii, Niemiec, Holandii, Włoch, Luksemburga, Francji i Szwajcarii.

Gwiazdy designu

Podobnie jak w roku ubiegłym, targom MEBLE POLSKA 2015 towarzyszyć będą Targi Wnętrz Home Decor o podobnym, kontraktacyjnym profilu oraz wydarzenie dedykowane wzornictwu przemysłowemu arena DESIGN, podczas którego nie zabraknie wykładów światowych gwiazd wzornictwa i projektowania. W tym roku gościem specjalnym areny był australijski projektant Brodie Neill, założyciel marki Made in Ratio. Wśród prelegentów byli także Sander Munder, Christian Sieger, Janusz Kaniewski, Oskar Zięta, Maria Jeglińska i Piotr Kuchciński.



MINIONA EDYCJA POTWIERDZIŁA MIĘDZYNARODOWY CHARAKTER POZNAŃSKICH TARGÓW. WZIĘŁO W NIEJ UDZIAŁ 17 495 KUPCÓW MEBLOWYCH Z OKOŁO 50 KRAJÓW. FOT. MTP