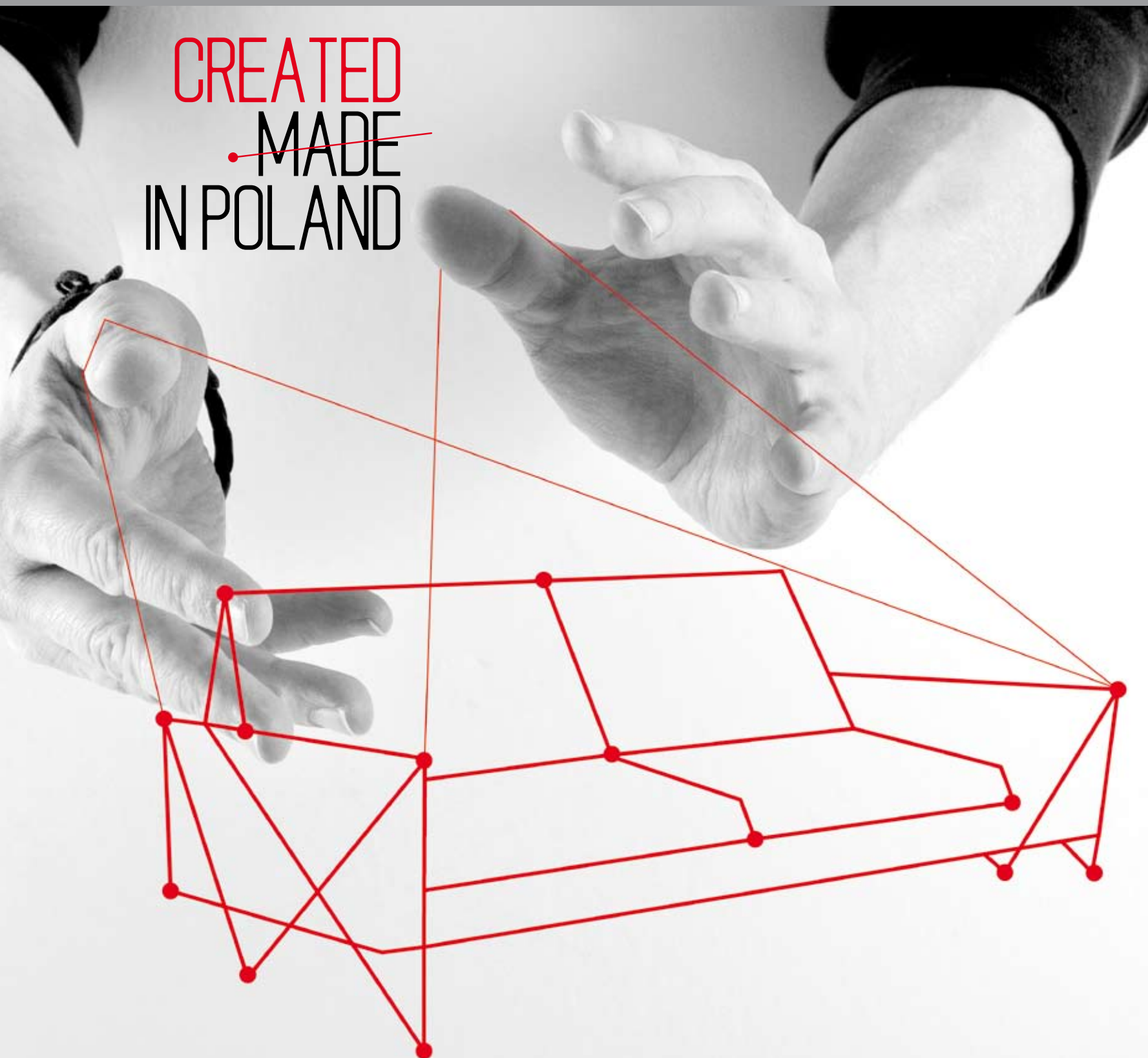


MEBLE NEWS NEWS NEWS

CREATED
~~MADE~~
IN POLAND



W NUMERZE

WYWIAD

Nieprzerwana praca nad rozwojem produktów / **str. 4**

STATYSTYKA

Meble na minusie, półprodukty na plusie / **str. 6**

INFORMACJE

Meble – polska inteligentna specjalizacja / **str. 8**

Nowa droga organizacji produkcji polskiego meblarstwa / **str. 10**

Czy w nieskończoność można zmniejszać koszty produkcji? / **str. 12**

Zakupów mebli dokonują osoby młode, których w Polsce jest i będzie coraz mniej / **str. 14**

Poprawa poziomu edukacji i procesu szkolenia w zakresie ekodesignu w meblarstwie / **str. 15**

WYDARZENIA

Atrakcyjność imprez towarzyszących / **str. 16**



str. 16



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

Rafał 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



WOJCIECH GIEBUROWSKI,
CZŁONEK HONOROWY OIGPM

— A MOŻE NADCHODZI TA LEPSZA „WIOSNA”? — CZY ZDĄŻYSZ? —

Bieżące komunikaty wynikające z analiz aktualnych statystyk wskazują na stopniowe wychodzenie z recesji w sektorze meblarskim. Naturalnym odzwierciedleniem takiego pozytywnego trendu jest zazwyczaj wzrost aktywności producentów w kampaniach promocyjnych i równoczesna aktywność grup kupieckich krajowych, jak i zagranicznych w zakupach nowych kolekcji.

Potwierdzeniem tego faktu było na pewno spotkanie tych dwóch grup – na świetnie przygotowanej przez Międzynarodowe Targi Poznańskie imprezie Meble Polska 2014. Uśmiechy na twarzach, przyjazne spojrzenia zarówno producentów, jak i handlowców – to chyba dobra oznaka, że nadchodzi lepsze jutro. Do tego ta wspaniała pogoda sprzyjająca optymizmowi.

Producenci – biorący udział w targach – w większości wykorzystali dobrze ostatnie lata, dostosowując swoje organizacje do aktualnych potrzeb rynku europejskiego, nie zapominając o wysokim poziomie jakości produktów i wzornictwa oraz dbałości o swoją markę w poszczególnych segmentach rynkowych. Dzisiejszy fakt to również wysoki poziom wystawienniczy i szczególnie ważna koncentracja swoich osiągnięć w jednym miejscu. Targi w Poznaniu to wielki kapitał na przyszłość i przełom w profesjonalnej promocji polskiego meblarstwa na rynku europejskim. To wspaniały zaczyn dla zbliżającej się lepszej „wiosny”.

Zawsze miałem marzenie, aby targi Meble Polska w Poznaniu były wielkim świętem meblarstwa polskiego w Europie, wizytówką jego możliwości produkcyjnych, miejscem demonstracji jego wysokiego poziomu i szczególnie miejscem, gdzie każdy polski producent osiąga swój sukces. Czy to jest możliwe? Jestem przekonany, że tak! To jest ten moment – zostało niewiele czasu, aby przyszłe targi Meble Polska 2015 w pełni ten cel spełniły. Aktywność i czujność na tym odcinku to jedyna gwarancja powodzenia.

Aktualne i przyszłe projekty pomocowe prowadzone przez naszą meblarską Izbę Gospodarczą wspólnie z MTP i Instytutami Naukowymi w zakresie promocji to ogromna szansa, z której należy korzystać.

Skonsolidowana branża to silna branża. Od naszego konsekwentnego zbiorowego prezentowania się zależy nasz sukces w Europie. Pamiętajmy, na rynku europejskim wygrywają tylko najlepsi i obecni. Wykorzystajmy tę szansę już dziś.

NIEPRZERWANA PRACA NAD ROZWOJEM PRODUKTÓW

Utrzymywana na bieżąco aktualność trendów wzorniczych oraz znacząca przekrojowość designu są jednymi z najistotniejszych czynników wyróżniających meble tapicerowane produkowane w POLDEM. O sukcesie firmy opowiada jej prezes David Lhomme.

⊙ KATARZYNA ORLIKOWSKA

Meble News: POLDEM konsekwentnie od kilku lat zdobywa nagrodę Złotego Medalu na poznańskich targach Meble Polska. Nie inaczej było w tym roku – otrzymał aż trzy wyróżnienia. Co zatem wpływa na atrakcyjność mebli produkowanych w pana firmie?

David Lhomme: Cykliczność otrzymywania nagród Złoty Medal oraz innych branżowych wyróżnień z pewnością nie jest przypadkowa. Te prestiżowe i jakże cenne dla nas nagrody są efektem wieloletniej, nieprzerwanej pracy nad rozwojem produktu. Ma ona swój przejaw przede wszystkim w ciągłym dążeniu do utrzymywania kolekcji odzwierciedlającej aktualne trendy wzornicze w Europie, dużą przekrojowość formy oraz w nacisku na zachowanie jak najwyższej jakości i komfortu użytkowania mebli. Każdy z naszych nowych wyrobów, a dokładniej jego prototyp, przed wprowadzeniem na rynek poddawany jest szczegółowej, surowej ocenie, dokonywanej nie tylko przez zespół kadry technicznej i projektowej, ale także przez doświadczonych agentów handlowych, głównie z Europy Zachodniej, z którymi współpracujemy od lat.

Meble News: Ile wynosi wielkość produkcji i na jakie rynki meble POLDEM są wysyłane?

D.L.: Wielkość naszej produkcji, zapewne podobnie jak u większości wytwórców meblowych, podlega pewnym wahaniom, w głównej mierze fluktuacjom sezonowym. Szczyt branżowy przypada oczywiście corocznie jesienią. Poziom produkcji od wielu lat ma charakter wzrostowy i – najogólniej rzecz ujmując – obejmuje kilkaset metrów sześciennych mebli dziennie. Aktualnie w fazie dynamicznego wzrostu produkcji znajduje się nasz nowo uruchomiony zakład w Skierniewicach. Główne rynki zbytu znajdują się obecnie w Europie Zachodniej, przy czym oczywiście cały czas prowadzimy ekspansję w części środkowej i wschodniej, kładąc szczególny nacisk na rozwój sieci sprzedaży w naszym kraju.

Meble News: Czy odczuwa pan dużą konkurencję ze strony tej całej rzeszy producentów mebli tapicerowanych w Polsce?

D.L.: Niewątpliwie utrzymywana na bieżąco aktualność trendów wzorniczych oraz znacząca przekrojowość designu są jednymi z najistotniejszych czynników wyróżniających nas na tle konkurencji. Ponadprzeciętny, tj. wyższy niż u zdecydowanej większości konkurentów komfort wypoczynku na naszych sofach, co więcej, dopasowany do indywidualnych preferencji danych grup klientów, to kolejny z tych czynników.



Fot. POLDEM

– Każdy z naszych nowych wyrobów, a dokładniej jego prototyp, przed wprowadzeniem na rynek poddawany jest szczegółowej, surowej ocenie, dokonywanej nie tylko przez zespół kadry technicznej i projektowej, ale także przez doświadczonych agentów handlowych, głównie z Europy Zachodniej, z którymi współpracujemy od lat – mówi David Lhomme.



Przykładem mogą być zróżnicowane rodzaje wypełnień siedzisk i oparcie mebli przeznaczonych na różne rynki, a nawet dla różnych odbiorców danego rynku. Ponadto, pomijając sferę produktową, na uwagę zasługuje z pewnością forma obsługi klienta. Zamówienia, reklamacje oraz wszelkie inne zlecenia klientów staramy się realizować w jak najkrótszym czasie, nie wprowadzamy przy tym żadnych ograniczeń w postaci minimów logistycznych. Innymi słowy, klienci mogą zamówić dowolną ilość, a więc także pojedyncze zestawy sof w dowolnych konfiguracjach modułowych i obiciu. Warto też dodać, że obsługę logistyczną zdecydowanej większości klientów w Europie prowadzimy w ich językach ojczystych, uzgadniając najważniejsze kwestie, w tym przykładowo dokładny termin dostawy, indywidualnie z każdym z salonów. Nasz dział handlu i logistyki to wieloosobowy zespół władający kilkoma językami, zarówno tymi najbardziej, jak i mniej popularnymi.

Meble News: Czy osłabienie koniunktury na rynkach zachodnich dało się odczuć w firmie POLDEM?

D.L.: Recesja, jaka pojawiła się na rynku europejskim kilka lat temu, była przez nas odczuwalna, jak zakładałam, w stopniu podobnym do tego, w jakim dotknęła ona wielu innych wytwórców meblowych. Mimo to, jak już mówiłam, dzięki bardzo wzmożonej pracy, wielu wysiłkom, udało nam się podtrzymać cykliczny wzrost produkcji i tym samym sprzedaży. Pogorszenie sytuacji gospodarczej osłabiło jednak wyraźnie dynamikę tego wzrostu. Intensyfikacja działań o różnym charakterze, w tym także tych marketingowych, sprawiła, iż w okresie minionych lat, w tym również podczas najsilniej odczuwanego wyhamowania koniunkturalnego, udało nam się utrzymać wielu wcześniejszych klientów, a także pozyskać kilku istotnych nowych partnerów. W tym trudnym okresie najważniejsze znaczenie miała z pewnością wspomniana przeze mnie wcześniej dobrze zaplanowana i konsekwentnie realizowana strategia rozwoju produktu oraz bardzo dobra znajomość rynków i wyjątkowe zaangażowanie w pracę naszych przedstawicieli handlowych.

Meble News: Z pewnością wspomniana przez pana strategia rozwoju produktów nie byłaby możliwa bez nowoczesnych technologii produkcji. Zatem jakich inwestycji technologicznych dokonano w fabrykach POLDEM w ostatnich czasie?

D.L.: Skala inwestycji poczynionych przez POLDEM na przestrzeni ostatnich dwóch lat jest bardzo znacząca i ma związek przede wszystkim z uruchomieniem nowego, wielkopowierzchniowego zakładu produkcyjnego w Skierniewicach. Aktualnie zakład ten stanowi odrębną spółkę wchodzącą w skład grupy kapitałowej POLDEM. Inwestycje, jakich dokonaliśmy, dotyczą w głównej mierze zakupu nowoczesnych technologii oraz wyposażenia parku maszynowego w różnego rodzaju urządzenia. Naturalnie proces ten trwa nadal, gdyż zakład jest cały czas doposażany, jednak najważniejsze inwestycje zostały już zakończone.

Meble News: Proszę na koniec jeszcze powiedzieć, jak to się stało, że fabryki POLDEM zostały ulokowane w Polsce?

D.L.: Spółka od samego początku, a więc od chwili jej założenia, posiada siedzibę w Polsce. Dla takiej właśnie alokacji środków produkcji kluczowych jest niewątpliwie kilka czynników branżowych łącznie pod uwagę. Mam tutaj na myśli względy ekonomiczne, geograficzne oraz – nazwijmy to – tradycyjne, związane z wieloletnim doświadczeniem Polski w produkcji i dystrybucji mebli na dużą skalę. Wspomniane czynniki ekonomiczne, a więc oczywiście niższe niż np. w zachodniej części Europy koszty produkcji, są jednymi z kluczowych, przemawiających za tworzeniem zakładów w tej części kontynentu. Z kolei usytuowanie kraju w środkowej części Europy ma na pewno strategiczne znaczenie od strony logistycznej. Pozwala nam to utrzymywać relatywnie zbliżony udział kosztów transportu w cenie wyrobu, niezależnie od destynacji. Wreszcie ostatnią, aczkolwiek równie istotną kwestią, której nie sposób nie docenić, jest bardzo bogate doświadczenie kraju w produkcji mebli, a tym samym szeroki dostęp do wysoce wyspecjalizowanej kadry pracowników fizycznych.

Meble News: Dziękuję za rozmowę.



WIELOMODUŁOWY PROGRAM MEBLI TAPICEROWANYCH BRISBANE TO JEDEN Z TRZECH PROGRAMÓW MEBLI POLDEM, KTÓRE ZOSTAŁY WYRÓŻNIONE ŻŁOTYM MEDALEM NA TEGOROCZNYCH TARGACH MEBLE POLSKA. FOT. POLDEM

KONIUNKTURA 2013 ROKU

MEBLE NA MINUSIE, PÓŁPRODUKTY NA PLUSIE

W 2013 roku (w stosunku do roku 2012) zmniejszyła się produkcja ilościowa większości rodzajów mebli. Natomiast rynek meblarski zwiększył zapotrzebowanie na półprodukty.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Dane z 2013 roku pokazują, że w dalszym ciągu spada ogólna ilość produkowanych mebli. Wśród analizowanych grup wzrosła tylko produkcja mebli do siedzenia przekształcalnych w meble do spania – w stosunku do 2012 roku zwiększyła się z 2 730 do 2 943 tys. sztuk. Poza tym w stosunku do okresu I-XII 2012 w tym samym okresie roku 2013 zmniejszyła się produkcja ilościowa pozostałych rodzajów mebli. Największy spadek odnotowano w produkcji mebli drewnianych, w rodzaju stosowanych do kuchni. W roku 2012 ich produkcja wyniosła 3 450 tys. sztuk, podczas gdy w 2013 roku odnotowano blisko 23-proc. spadek ich produkcji i całkowita produkcja w ubiegłym roku wyniosła 2 664 tys. sztuk.

Dużo pozytywniej przedstawia się sytuacja dotycząca produkcji pół-

produktów w 2013 roku. Dane statystyczne z 2013 roku pokazują, że rynek meblarski zwiększył zapotrzebowanie na półprodukty. Jedynie na okleiny zapotrzebowanie w dalszym ciągu spada. Ich produkcja w stosunku do 2012 roku spadła o blisko 5 proc. i wyniosła 20 825 tys. m², podczas gdy w zeszłym roku była na poziomie 22 037 tys. m². Z pozostałych grup półproduktów najbardziej wzrosło zapotrzebowanie na płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych, których produkcja wzrosła o prawie 8 proc. Jednocześnie dostrzega się zdecydowany wzrost popytu na sklejki, płyty fornirowane i podobne, których produkcja wzrosła z 8 262 tys. dam³ w roku 2012 do 8 799 tys. dam³ w roku 2013.

WOLUMEN PRODUKCJI WYBRANYCH GRUP MEBLI:

| Wyroby | Jednostka miary | I-XII 2012 | I-XII 2013 | I-XII 2013/2012 |
|--|-----------------|------------|------------|-----------------|
| Meble do siedzenia przekształcalne w miejsca do spania | tys. sztuk | 2 730 | 2 943 | 107,8 |
| Meble drewniane, w rodzaju stosowanych do kuchni | tys. sztuk | 3 450 | 2 664 | 77,2 |
| Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni | tys. sztuk | 3 105 | 2 981 | 96,0 |
| Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach | tys. sztuk | 19 784 | 19 744 | 99,8 |

Dane wg GUS

WOLUMEN PRODUKCJI PÓŁPRODUKTÓW:

| Półprodukt | Jednostka miary | I-XII 2012 | I-XII 2013 | I-XII 2013/2012 |
|--|---------------------|------------|------------|-----------------|
| Sklejka, płyty fornirowane i podobne | dam ³ | 8 262 | 8 799 | 106,5 |
| Płyty wiórowe i podobne płyty z drewna | dam ³ | 4 867 | 4 945 | 101,6 |
| Płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych | tys. m ² | 501 924 | 540 572 | 107,7 |
| Okleiny | tys. m ² | 22 037 | 20 825 | 94,5 |

Rekordowy eksport

Dane dotyczące eksportu i importu za rok 2013 wyglądają bardzo pozytywnie. W 2013 roku odnotowano rekordową wartość eksportu polskich mebli, która wyniosła blisko 29 mld zł. Oznacza to, że w stosunku do 2012 roku eksport polskich mebli wzrósł o 4 proc. Jednocześnie w 2013 roku odnotowano spadek importu mebli do Polski. Spadek ten wyniósł w stosunku do roku 2012 blisko 140 mln zł, co wyniosło 3,3 proc. spadku wartościowego. Należy jednak pamiętać, że spadek wartości importowanych mebli jest pozytywnym aspektem. Oznacza bowiem, że polscy konsumenci zaczynają doceniać jakość polskich mebli, a jednocześnie polski przemysł wychodząc im naprzeciw, potrafi sprostać wymaganiom wzorniczym potencjalnego krajowego klienta.

Spadek zatrudnienia i wzrost płac

Obecne dane wskazują, że na polskim rynku istnieje około 26 tys. firm meblarskich, z czego większość z nich zalicza się do sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Kondycja finansowa tych firm jest jednak dość niestabilna, co w okresie I-IX 2013 roku wpłynęło na spadek zatrudnienia w branży meblarskiej i drzewnej w stosunku do analogicznego okresu roku 2012. Zauważa się jednocześnie, że większy spadek zatrudnienia odnotowano w produkcji mebli niż w produkcji wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny. Sytuacja ta może wynikać głównie z faktu zwiększenia produkcji półproduktów meblarskich, a zmniejszenia produkcji większości grup mebli. Pozytywnym akcentem zmian, które zachodzą w branży, jest stale odnotowywany wzrost przeciętnych płac w branży meblarskiej i drzewnej. W okresie I-IX 2013 średnie wynagrodzenie przy produk-

cji wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny wzrosło o 6,1 proc., a przy produkcji mebli – o blisko 4 proc. w stosunku do analogicznego okresu 2012 roku.

Podsumowanie

W roku 2013 odnotowano zdecydowany wzrost produkcji półproduktów, wśród których spadła jedynie produkcja okleiny. Sytuację tę można uznać za tym bardziej pozytywną, że w ostatnim roku spadła ilość produkowanych polskich mebli. Rok 2013 jest rekordowym rokiem, jeśli chodzi o eksport polskich mebli. Pierwszy raz w historii polskim producentom udało się osiągnąć sprzedaż na eksport na poziomie blisko 29 mld zł, w wartości sprzedanej produkowanych mebli. Dane na temat zatrudnienia pokazują, że stale spada zatrudnienie w branżach meblarskiej i drzewnej. Jednocześnie wzrastają średnie płace w tych branżach.

Cały czas należy jednak pamiętać, że pozytywna kondycja firm meblarskich wynika w dużej mierze z faktu zlecenia przez zagraniczne koncerny produkcji mebli w Polsce, gdzie koszty produkcji są nadal dość konkurencyjne w stosunku do zachodu Europy. Jednocześnie wysoka jakość polskich mebli powoduje, że zagraniczne firmy bez problemu sprzedają je pod swoją (obcą) marką. W związku z tym eksperci uważają, że mimo iż Polska jest potęgą meblarską, nasze marki dla zachodnich klientów są nierozpoznawalne. Polskim meblom brakuje reklamy i renomy. Wg prognoz B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego, jeśli polscy meblarze zainwestowaliby w marketing swoich marek, to wartość eksportowanych polskich mebli mogłaby wzrosnąć nawet o blisko 100 proc., co doprowadziłoby polski rynek eksportu mebli na bardzo wysoki poziom.

DYNAMIKA HANDLU ZAGRANICZNEGO:

| | 2012 | 2013 | 2012 | 2013 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|
| | mIn PLN | mIn PLN | mIn EUR | mIn EUR |
| Eksport mebli | 27.787 | 28.900 | 6.637 | 6.900 |
| Import mebli | 4.126 | 3.990 | 987 | 952 |

ZATRUDNIENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ I DRZEWNEJ:

| Rodzaj produkcji | I-IX 2012 | I-IX 2013 | I-IX 2013/I-IX 2012 |
|--|------------|------------|---------------------|
| Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny | 86,8 tys. | 86,4 tys. | 99,5 |
| Produkcja mebli | 127,0 tys. | 124,0 tys. | 97,6 |

PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ I DRZEWNEJ:

| Rodzaj produkcji | Miesięczne wynagrodzenie brutto I-IX 2012 | Miesięczne wynagrodzenie brutto I-IX 2013 | Miesięczne wynagrodzenie brutto I-IX 2013/I-IX 2012 |
|--|---|---|---|
| Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny | 2647,45 zł | 2808,94 zł | 106,1 |
| Produkcja mebli | 2646,2 zł | 2752,3 zł | 103,9 |

RAPORT SPECJALNY

MEBLE – POLSKA INTELIGENTNA SPECJALIZACJA

Polskie meblarstwo rozpoznawane jest na świecie jako tani i rzetelny wykonawca wzorów powierzonych, a ponieważ w 80 proc. bazujemy na eksporcie mebli, to narasta ryzyko przenoszenia produkcji z Polski do krajów o korzystniejszej strukturze kosztów.

 DR INŻ. TOMASZ WIKTORSKI, DR INŻ. MAREK ADAMOWICZ

Polski przemysł meblarski należy do ścisłego grona liderów produkcji i eksportu mebli na świecie. Oficjalne dane statystyczne zbierane z poszczególnych państw wskazują, że w ostatnich latach awansowaliśmy na pozycję 8. na świecie w kategoriach wartości produkcji mebli, a wyprzedzają nas tacy giganci, jak Chiny, Stany Zjednoczone, Włochy, Niemcy, Japonia i Brazylia.

Najnowsze oficjalne dane, które były dostępne dla porównywanych państw, to dane za rok 2011. Z tego porównania wyłania się obraz Polski, która w 2011 roku była pod względem wartości ósmym producentem mebli na świecie – wartość przeliczana na dolary amerykańskie. Jednocześnie różnica pomiędzy Polską i Wielką Brytanią jest niewielka – 0,7 mld USD – i przy ustalaniu miejsca w rankingu w kolejnych latach istotny staje się kurs wymiany funtów i złotych stosowany przy przeliczaniu produkcji na USD.

Zwraca uwagę dobry wynik Brazylii, która w latach 2007-2011 zwiększyła produkcję mebli o 55 proc. Polska natomiast wyprzedziła Francję i Hiszpanię, w których to krajach znacząco ograniczono produkcję. Warto też odnotować, że w ostatnich latach Chiny wyprzedziły USA i zajęły pozycję globalnego lidera. Uwzględniając jednak wolumen produkcji (sztuki lub kilogramy), według szacunków B+R Studio Polska wyprzedziłaby dodatkowo Wielką Brytanię i zajęłaby w rankingu 7. miejsce, a dystans do trzecich w rankingu Włoch zdecydowanie by zmaleł.

Dzieje się tak dlatego, że dysponujemy ogromnym potencjałem produkcyjnym, ale uzyskujemy za nasz produkt relatywnie niskie ceny. Polska jest atrakcyjnym miejscem lokowania produkcji mebli dla globalnych koncernów meblarskich, ale nie jest miejscem, w którym tworzy się wartość dodaną do mebla. Porównując tylko wolumeny i ceny mebli eksportowanych z Polski, Niemiec czy Włoch, okaże się, że gdybyśmy potrafili stworzyć meble o renomie i jakości produktu włoskiego czy niemieckiego, to przychody branży wzrosłyby o spektakularne 100 proc. – wynika to wstępnie z analiz prowadzonych przez B+R Studio.

Branża meblarska hitem eksportowym polskiej gospodarki

Według szacunków B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego, w 2013 roku dochody netto polskiej gospodarki z wymiany handlowej mebli wyniosą około plus 25 mld zł. Branża meblarska generuje dla polskiej gospodarki największe dodatnie saldo zagranicznej wymiany handlowej spośród wszystkich branż przetwórstwa przemysłowego.

Meble to czwarta najważniejsza grupa towarów wywożonych z Polski,

a wartość eksportu wyniosła w 2012 roku, według danych ONZ dla całej grupy towarowej CN 94, aż 9 mld i 234 mln USD. Więcej z Polski eksportuje się towarów z grup: 84 – reaktory jądrowe, kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne i ich części, 87 – pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria, 85 – maszyny i urządzenia elektryczne (...). Ale to meble charakteryzują się bardzo małą wartością importu w odniesieniu do wartości eksportu. Import towarów z grupy CN 94 stanowi niecałe 20 proc. wartości eksportu tej grupy towarowej.

Nawet o wiele większa sekcja gospodarki – przemysł rolno-spożywczy, do którego zalicza się aż 22 działy wyszczególnione w CN, generuje „tylko” 5,5 mld USD nadwyżki handlowej, podczas gdy meble aż 7,3 mld USD.

Branża meblarska, jako jedyny dział polskiej gospodarki, ze swoim potencjałem eksportowym zalicza się do pierwszej piątki globalnych graczy. Udział mebli z Polski dostarczanych na międzynarodowy rynek wynosi 4,5 proc. Żadna inna branża polskiej gospodarki nie osiągnęła tak wysokiej specjalizacji w globalnym ujęciu jak branża meblarska. Taka sytuacja ma swoje konsekwencje w postrzeganiu Polski przez zagranicznych partnerów. To właśnie w zakresie mebli Polska jest doskonale identyfikowana przez kontrahentów na całym świecie.

Przy produkcji mebli znajduje dziś w Polsce zatrudnienie 160 tys. osób (włączając właścicieli i pracujących członków rodzin). Produkcja mebli dostarcza rocznie ponad 2 mld i 200 mln zł dochodów do budżetu państwa w formie podatków, danin i składek na ubezpieczenia społeczne i zdrowotne. Kolejne, szacunkowo, 2 mld zł trafia z branży meblarskiej do budżetu państwa poprzez dochody Lasów Państwowych. Oceniając znaczenie branży meblarskiej dla polskiej gospodarki, najtrafniejsze jest porównanie wartości produkcji sprzedanej 30,2 mld zł w 2011 roku (w 90 proc. kierowanej na eksport) do polskiego PKB – 1,5 bln zł w 2011 roku. W dużym uproszczeniu można stwierdzić, że meble generują 2 proc. polskiego PKB. Aby uzmysłowić sobie wagę tej liczby, należy wskazać, że podobne porównanie dla całej Unii Europejskiej da wynik 0,5 proc.

Działania na rzecz marki polskich mebli

Od szeregu lat toczą się działania na rzecz promocji polskich mebli na rynkach zagranicznych. Działania te realizowane są przez Ogólnopolską Izbę Gospodarczą Producentów Mebli, Ministerstwo Gospodarki, Wydziały Promocji Inwestycji i Handlu przy ambasadach Polski na całym świecie, Międzynarodowe Targi Poznańskie, a nade wszystko samych producentów obecnych na imprezach targowych na całym niemal globie. W 2012 roku według danych GUS dostawy mebli o wartości powyżej

1 mln zł z Polski trafiły do 94 krajów na świecie, a pełne grono odbiorców zamknęło się liczbą 170 krajów i terytoriów. Liczba firm, które co roku eksportują meble, a u których wartość eksportu przekracza co najmniej 1 mln zł, to według Służby Celnej grono liczące ponad 2800 firm. W rankingu eksporterów mebli zajmujemy pod względem wartości 4. miejsce z wynikiem 6,9 mld euro, zaraz za Chinami, Niemcami i Włochami. Natomiast w rankingu eksportu liczonego w kilogramach i tonach ustępujemy na świecie jedynie Chinom, ponieważ z Polski w 2012 roku wyjechało 2,7 mln t mebli, a z Niemiec czy Włoch po około 2 mln t.

Na przestrzeni 20 lat Polska przebojem wdarła się do grona głównych producentów i eksporterów mebli na świecie. Możliwe to było dzięki umiejętnemu połączeniu wysokiej kultury technicznej produkcji, składającej się na adekwatną jakość produktu, elastyczność produkcji, coraz sprawniejszą logistykę, zasoby kadry znającej rzemiosło meblarskie, zasoby naturalne, takie jak drewno oraz niskie koszty pracy. W gronie zalet polskich mebli brakuje jednak niezwykle istotnych elementów, takich jak: powszechna konkurencja w zakresie wzornictwa, dostęp do interdyscyplinarnej wiedzy o kształtowaniu się potrzeb estetycznych i funkcjonalnych odbiorców mebli w Polsce i na świecie.

W konsekwencji takiego zbiegu czynników kształtujących potencjał i wizerunek polskiego meblarstwa utrwała się marka Polski jako kraju, gdzie konkurencyjnie można zlecić produkcję gotowego wzoru każdego rodzaju mebli. O takim postrzeganiu Polski mówią zgodnie menadżerowie z różnych firm i krajów w badaniu przeprowadzonym przez B+R Studio w formie wywiadu eksperckiego. Dodatkowo możemy stwierdzić, że dziś żadna z dużych polskich firm meblarskich nie pretenduje nawet do kreowania trendów wzorniczych w globalnym ujęciu. Nawet jeżeli nie jest problemem techniczne wykonanie najbardziej śmiałych realizacji, to wyjeżdżają one z Polski pod logo zagranicznych firm uznawanych za kreatorów trendów. Polscy producenci mebli mają wciąż problem z zaufaniem zagranicznych klientów i wizerunkiem Polski jako kraju markowych produktów. Przyjmują najczęściej pozycję realizacji bezpiecznego wzornictwa zapewniającego wolumen sprzedaży. Współpraca z projektantami mebli odbierana jest przez większość mikro, małych i średnich firm nie jako uzyskanie przewagi rynkowej, a jako nieuzasadnione ryzyko. Niewystarczające są również wysiłki grona producentów i projektantów, których prace są doceniane na zagranicznych targach, w międzynarodowych konkursach czy prestiżowych wystawach. Znany jest przykład niemieckich firm dodających świadomie w nazwach swoich marek meblowych przyrostek „-pol” (POLIPOL, MEGAPOL), sugerujący niemieckim odbiorcom agresywną politykę cenową związaną z produkcją w Polsce.

Opisaną sytuację dobitnie wykazała ankieta zrealizowana przez B+R Studio w 2012 roku. W badaniu 120 dużych i średnich firm jedynie 20 proc. firm deklarowało potrzebę analiz rynku. Pozostałe 80 proc. przedsiębiorstw realizuje produkcję wzorów powierzonych lub ogranicza się do poszukiwania inspiracji na krajowych i zagranicznych targach meblowych.

Ponieważ dziś „polski mebel” to mebel dowolnego światowego koncernu tania i rzetelnie wyprodukowany w Polsce, należy stwierdzić, że dotychczasowe zabiegi dotyczące budowania marki polskich mebli nie przyniosły zamierzonego skutku. A zagrożenie przenoszenia produkcji do krajów o lepszej strukturze kosztów będzie narastało wraz z nieuniknionym wzrostem wymagań płacowych i kosztów materiałów i energii.

Wysiłki na rzecz promocji meblarstwa

Jak wielokrotnie wykazano, branża meblarska w Polsce zdobyła pozycję jednego z liderów produkcji i eksportu na świecie. O ile polska gospodarka z reguły notowana jest w okolicach 17.-22. miejsca na świecie pod względem takich wskaźników makroekonomicznych, jak wielkość PKB,

populacji, powierzchni kraju, eksportu czy importu, to w przypadku wolumenu produkcji i eksportu mebli zajmujemy odpowiednio szóstą i siódme miejsce na świecie. Niższe, odpowiednio 8. i 4. miejsce, ale również w czołówce światowych rankingów meblarskich, zajmujemy w kategoriach wartości produkcji i wartości eksportu.

Dziś nie wystarczy być sprawnym rzemieślnikiem, aby wygenerować wartość dodaną. Niezbędne jest bycie również trochę artystą i naukowcem, tak aby wiedzieć, jak wyróżnić się swoim produktem i ująć potencjalnych odbiorców finezją, przesłaniem czy funkcjonalnością produktu.

Firmy meblarskie jednak uzyskują niższe ceny za polskie produkty niż zachodnioeuropejscy konkurenci, a przez to nie mają wystarczających środków na finansowanie badań i rozwoju na poziomie pozwalającym na konkurowanie marką. Badania i rozwój wiążą się zawsze z ryzykiem, a polskie firmy meblarskie nie mają dziś doświadczeń pozwalających na skalkulowanie tego typu ryzyka i w wielu przypadkach na jego sfinansowanie. W uzasadniony sposób wyszukują sprawdzone rozwiązania funkcjonujące na rynku niemieckim, włoskim, francuskim czy Wielkiej Brytanii i wdrażają je we własnej produkcji, minimalizując ryzyko. Niestety, w ten sposób zamyka się krąg naśladownictwa, niskich marż i wizerunku Polski jako podwykonawcy.

W interesie wszystkich stron, to jest rządu i agencji rządowych, uczelni wyższych i szkolnictwa na poziomie zawodowym, projektantów oraz samych obywateli, a także, rzecz oczywista, przedsiębiorców jest wypracowanie mechanizmów, które pozwolą na generowanie wartości dodanej do ogromnego wolumenu mebli produkowanych dziś w Polsce. Dodając wiedzę, stopniowo budując zaufanie i tworząc projekty mebli na najwyższym światowym poziomie, moglibyśmy teoretycznie generować przy tych samych kosztach materiałów i energii oraz zapotrzebowania na pracę wartość dwukrotnie większą niż dziś – nie 30 mld zł, a blisko 60 mld zł. Tym samym zwiększając wpływy do budżetu państwa, poprawiając bilans płatniczy kraju, tworząc zapotrzebowanie na etaty badawcze i prace naukowe.

Należy tu zaznaczyć, że nie chodzi o to, aby cała branża produkowała wyłącznie meble luksusowe. Dziś o wiele większym wyzwaniem jest dobre zaprojektowanie mebla ekonomicznego dla odbiorcy masowego, który nie chce już kupować brzydkich rzeczy tylko dlatego, że są tanie.

Aby wykonać pracę na rzecz marki polskich mebli, należy zmienić myślenie o podstawach kreowania tego wizerunku. Nie stanie się to jedynie na zagranicznych wystawach, gdzie pokażemy rzetelnie wykonane, ale niewyróżniające się meble. Potrzebna jest praca u podstaw w szkołach wyższych, zawodowych, a także w podstawowych. Potrzebna jest promocja meblarstwa w naszym kraju jako atrakcyjnego zawodu, dającego stabilizację, możliwość twórczej realizacji estetycznych przedmiotów.

Potrzeba nam spójnego wizerunku mebli, za którymi stoją rzemieślnicy fachowcy, ale i projektanci potrafiący współpracować z przedsiębiorstwami, za którymi stoją badacze i naukowcy potrafiący wskazać niuanse funkcjonowania mebli w życiu każdego człowieka. Dopiero wygenerowanie zainteresowania meblami osób z pozoru z odległych dziedzin pozwoli przekroczyć masę krytyczną nie tylko możliwości produkcyjnych, ale i twórczych, nawiązujących konkurencję ze światową czołówką.

W tym celu niezbędne jest ukierunkowanie wysiłków wielu środowisk, firm, projektantów, naukowców, rządu, aby dostępnymi sobie środkami zaangażowali się w promowanie i rozwój mebli. Takie działania już stopniowo są realizowane. Należy przywołać chociażby powołanie prywatnej School of Form, działalność na rzecz rozwoju kreatywnego społeczeństwa lokalnej Dobrodzienia przez Dobrotę, działalność chociażby takich firm, jak B+R Studio, organizatora akcji „Dumni z polskich mebli”, organizatora konkursu na prace dyplomowe dla różnych kierunków i specjalności, ale dotyczących zakresu „meble, branża meblarska, przestrzeń mieszkania” oraz uznanie przez

wiele samorządów mebli jako regionalnych inteligentnych specjalizacji. Wysiłków tych potrzeba o wiele więcej, dlatego apelujemy do premiera rządu Donalda Tuska, wicepremiera Elżbiety Bieńkowskiej, wicepremiera Janusza Piechocińskiego oraz ministrów nauki i szkolnictwa wyższego oraz edukacji narodowej, a także rektorów szkół wyższych o uznanie na poziomie krajowym mebli i branży meblarskiej za specjalizację inteligentną, a w konsekwencji skierowanie uwagi i środków na generowanie wiedzy, innowacji i wspieranie kreatywności tak bardzo potrzebnej i najbardziej wyspecjalizowanej branży polskiej gospodarki. Odniesienie globalnego sukcesu polskich mebli, drugiego na świecie eksportera, jest dużo bardziej prawdopodobne i będzie miało dużo większe przełożenie na polską gospodarkę niż w przypadku jakiegokolwiek innej branży.

O autorach

Dr inż. Tomasz Wiktorski – od 10 lat analizuje rynek meblarski w Polsce i za granicą. Właściciel B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego, pomysłodawca i organizator akcji „Dumni z polskich mebli”, zaangażowany w promocję polskiego meblarstwa i edukację młodzieży. Cytowany przez najważniejsze media gospodarcze i branżowe w kraju i za granicą. Dyplom doktora Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, dyplom inżyniera Politechniki Warszawskiej, członek Polskiego Towarzystwa Statystycznego.

Dr inż. Marek Adamowicz – wieloletni dyrektor biura Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli, wcześniej dyrektor fabryk mebli. Od 12 lat aktywnie zaangażowany w promocję polskiego meblarstwa w kraju i za granicą, współtworzył i konsultował dla Ministerstwa Gospodarki Branżowy Program Promocji Mebli na rynkach zagranicznych. Dyplom doktora Politechniki Warszawskiej, członek Stowarzyszenia Inżynierów i Techników Leśnictwa i Drzewnictwa.

- Polska dysponuje ogromnym w znaczeniu globalnym – 8. na świecie – potencjałem produkcyjnym w zakresie mebli, ale uzyskiwane ceny za produkty z Polski są nawet o połowę niższe niż w przypadku produktów z krajów „starej” Unii Europejskiej.
- Polska branża meblarska osiągnęła najwyższą na świecie pozycję spośród wszystkich branż przetwórstwa przemysłowego w Polsce. Polska jest rozpoznawana jako kraj specjalizujący się w produkcji mebli, a meble z Polski stanowią dziś 4,5 proc. dostaw na globalny rynek.
- Wymiana handlowa mebli generuje najwyższe dodatnie saldo spośród wszystkich branż polskiej gospodarki około +25 mld zł w 2013 roku, co oznacza, że jest najwyżej wyspecjalizowaną branżą polskiej gospodarki.
- Polskie meblarstwo rozpoznawane jest na świecie jako tani i rzetelny wykonawca wzorów powierzonych, a ponieważ w 80 proc. bazujemy na eksporcie mebli, narasta ryzyko przenoszenia produkcji z Polski do krajów o korzystniejszej strukturze kosztów.
- Skierowanie środków wspierających finansowanie badań i rozwoju szeroko rozumianej tematyki meblarskiej i przestrzeni mieszkania w ramach krajowej specjalizacji inteligentnej, w tym zaangażowanie środowisk naukowych w celu generowania wiedzy i innowacji dla meblarstwa oraz powiązanych z nim przemysłów: drzewnego i budownictwa, oraz krajowa promocja meblarstwa przyniosą znaczące efekty dla generowania wartości dodanej polskich mebli, stabilności produkcji, wpływów do budżetu państwa i kreowania Polski jako nowoczesnego kraju, kreatywnych ludzi i markowych produktów.

AKADEMIA TECHNOLOGII

NOWA DROGA ORGANIZACJI PRODUKCJI POLSKIEGO MEBLARSTWA

Poziom automatyzacji produkcji rośnie, od tego nie uciekniemy. Musimy sobie jednak wyraźnie powiedzieć jedną prawdę: nie ma ucieczki przed wprowadzeniem systemów produkcyjnych.

PIOTR DOMAŃSKI I PIOTR KUBOSZEK

W ostatnim czasie powstała na rynku polskim nowa organizacja – Akademia Technologii, która skupia specjalistów dwóch pokoleń. Starsze pokolenie reprezentuje Piotr Domański związany z branżą meblarską od czasu ukończenia Wydziału Technologii Drewna w 1976 roku, do 30 stycznia 2014 jako prezes zarządu IMA Polska. Pokolenie młodsze reprezentowane jest przez Joannę Kuboszek, specjalistkę od organizacji i zarządzania, Piotra Kuboszkę, specjalistę w dziedzinie informatyki oraz zarządzania, który dzisiaj jest prezesem firmy neronIT oraz Jakuba Gize, specjalistę ds. marketingu i eksportu.

Można by powiedzieć, że taka mieszanka wieku, doświadczenia i poglądów na rynek meblarski może być wybuchowa pod każdym względem. Ale właśnie o to chodzi, aby wieloletnie doświadczenia w dziedzinie technologii, inwestycji i zarządzania produkcją mebli oraz nieco mniejsze w tym zakresie doświadczenie młodszych, posiadających jednak niepowtarzalną i innowacyjną wiedzę informatyczną i organizatorską, przyniosły pozytywny efekt. Organizacja ta pod nazwą Akademia Technologii powstawała w głowach jej założycieli już od wielu miesięcy.



AKADEMIĘ TECHNOLOGII TWORZĄ (OD LEWEJ): PIOTR DOMAŃSKI, JOANNA KUBOSZEK, PIOTR KUBOSZEK I JAKUB GIZA.

Mała wydajność

Na krajowym rynku inwestycji w branży meblarskiej rozpoczął się nowy okres rozwoju. Polska jest niezwykle łakomym kąskiem dla firm dostarczających na nasz rynek maszyny i urządzenia. Producenci mebli z Zachodu natomiast bardzo niechętnie obserwują inwestycyjne zamierzenia w naszej branży. Ucieszyliby się, kiedy koszty produkcji mebli w Polsce zrównałyby się z kosztami u nich. W końcu w ostatnich latach stało się tak z materiałami. Stare powiedzenie głosi, iż głupotą jest wykonywanie takich samych czynności, spodziewając się innych rezultatów. Przekładając to na obszar naszych zainteresowań, należy mocno zaznaczyć, iż pracując na tak samo drogich maszynach, przetwarzając tak samo drogą płytę jak na Zachodzie i ponosząc praktycznie takie same koszty prowadzenia działalności (powierzchnia, prąd, podatki), polscy producenci nie są w stanie produkować taniej niż na Zachodzie. Do tego dochodzi jeszcze jeden czynnik, który wkrótce może nie tyle pogrzebać polską gospodarkę meblarską, co mocno ją osłabić. Dzisiaj w Polsce przeciętna wydajność jednego pracownika jest czterokrotnie mniejsza od wydajności na Zachodzie. Tak mówi statystyka.

Minione 20 lat rozwoju i badań, prowadzonych przez światowe koncerny maszynowe, doprowadziło do niespotykanej dotąd w branży meblarskiej automatyzacji produkcji. Natomiast dopiero kilka lat temu okazało się, że automatyzacja bez informatyzacji to tylko rozwiązanie przejściowe. Dziś stajemy przed innym, jeszcze większym wyzwaniem. Integracja aplikacji różnych dostawców maszyn, oparta na efektywnie działającym systemie ERP (wraz z modułem zarządzania produkcją), zasilana zamówieniami przekazywanymi przez kanały internetowe to jedyna szansa na dotrzymanie tempa silniejszym gospodarkom.

Nie oszukujmy się. Zakup jakichkolwiek dóbr lub usług z krajów, w których siła nabywcza pieniądza jest cztery razy większa od polskiej złotówki, automatycznie powoduje, iż koszt każdej wyprodukowanej formatki wzrasta. Polska produkcja staje się niekonkurencyjna zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym. Reasumując, gdy przeliczymy koszt nabywania dóbr zagranicznych, a następnie każdą wyprodukowaną formatkę obciążymy częścią tego kosztu, może się okazać, że jesteśmy po prostu za drodzy. Oczywiście jest, że są produkty i usługi, które trzeba kupić z Niemiec, Austrii czy Włoch, a dotacje z Unii Europejskiej pozwalają na tańsze zakupy. Natomiast wiele elementów układanki pod tytułem „efektywne przedsiębiorstwo meblowe”, takich jak edukacja, konsulting, systemy informatyczne (w tym internetowe), może być z powodzeniem dostarczonych przez polskie firmy, w znacznie niższym koszcie.

Konieczny system produkcyjny

Stoimy obecnie przed problemem, jak inwestować, jaką przyjąć organizację produkcji, aby w dalszym ciągu utrzymać konkurencyjność naszej branży meblarskiej, zarabiając przy tym marże, które umożliwiłyby realizację odpowiednich zysków i odpowiednie pieniądze na rozwój.

Poziom automatyzacji produkcji rośnie, od tego nie uciekniemy. Musimy sobie jednak wyraźnie powiedzieć jedną prawdę: nie ma ucieczki przed wprowadzeniem systemów produkcyjnych. Jako system produkcyjny należy rozumieć kompleksowe rozwiązanie łączące maszyny oraz sterujące nimi zintegrowane rozwiązanie dopasowane do założonych wydajności i rodzaju prowadzonej produkcji. Jesteśmy przekonani, że spojrzenie ludzi nienależących do danego zespołu produkcyjnego czy przedsiębiorstwa, ale posiadających odpowiednie doświadczenie, może być impulsem do znalezienia nowej drogi w zakresie organizacji czy też kierunku rozwoju.

Zanim jednak zaczniemy mówić o wdrożeniu systemów produkcyjnych, musimy sobie postawić pytanie: co i jak chcemy produkować. Odwiedzając dziesiątki polskich zakładów produkcji mebli, niejednokrotnie spotkaliśmy się z sytuacją, gdzie park maszynowy był niewłaściwie dopasowany do realizowanego rodzaju produkcji i przyjętej struktury sprzedaży. Przejawiało się to w częstych przestojach maszyn wynikających z konieczności ich ręcznego przestawiania bądź nieefektywnego przepływu materiału przez produkcję. Zbyt małe lub zbyt duże magazyny, próby prowadzenia produkcji jednostkowej i krótkoseryjnej na drogich, wydajnych maszynach służących do produkcji wielkoseryjnej lub odwrotnie, brak wykształconego personelu i wprowadzanie programów na maszynie zamiast w biurze konstrukcyjnym itp. to główne grzechy polskiego rynku meblarskiego. Zachłyśnięcie się szerokim strumieniem pieniądza w ramach dotacji 2007-2013 i zakup wszystkiego, co oferowali dostawcy maszyn, byle „za połowę ceny”, nie zawsze jednak przynosiło założone efekty. Co więcej, wymagany przez instytucję dotacyjną koszt utrzymania niezarabiających na siebie maszyn niejednokrotnie wpędzał „nowoczesnych” przedsiębiorców w kłopoty finansowe. Naszym zdaniem dotacje wprowadziły na rynek bardzo dużo pozytywnych wartości, ale wydaje nam się, że efektywność tego procesu inwestycyjnego mogłaby być większa. Dziś, stojąc przed nową perspektywą finansową 2014-2020, zastanówmy się: a może można by inwestować bardziej efektywnie?

Uważamy, że przystępując dzisiaj do inwestycji modernizacyjnej lub budowy nowego zakładu, konieczna jest bardzo dokładna analiza obecnego systemu produkcji i stosowanych maszyn oraz dokładna analiza, jak mają być realizowane dostawy mebli do odbiorców. Planowanie produkcji i struktura sprzedaży to dwa czynniki decydujące o przyjętym systemie produkcji, które nie mogą być rozpatrywane rozłącznie, w oderwaniu od siebie. W rezultacie powinien zostać dobrany właściwy system produkcji, a dopiero na tym fundamencie właściwe maszyny i informatyczny system zarządzający.

Ogólnie mówiąc, jest to zadanie, które postawił przed sobą nowo powstały zespół specjalistów z Akademii Technologii. Za misję swojej działalności uznał podniesienie efektywności produkcji polskich firm meblarskich.

AUTOMATYZACJA KLUCZEM DO OBNIŻANIA KOSZTÓW

CZY W NIESKOŃCZONOŚĆ MOŻNA ZMNIEJSZAĆ KOSZTY PRODUKCJI?

Producenci różnego rodzaju dóbr, w tym z pewnością wytwórcy półproduktów drewnopochodnych i mebli, często zadają sobie proste pytanie: czy w nieskończoność można zmniejszać koszty produkcji?

🕒 ZDZISŁAW ZIEMIANIN, ZASTĘPCA DYREKTORA DS. TECHNICZNYCH AUTOMATIONSTECHNIK SP. Z O.O.

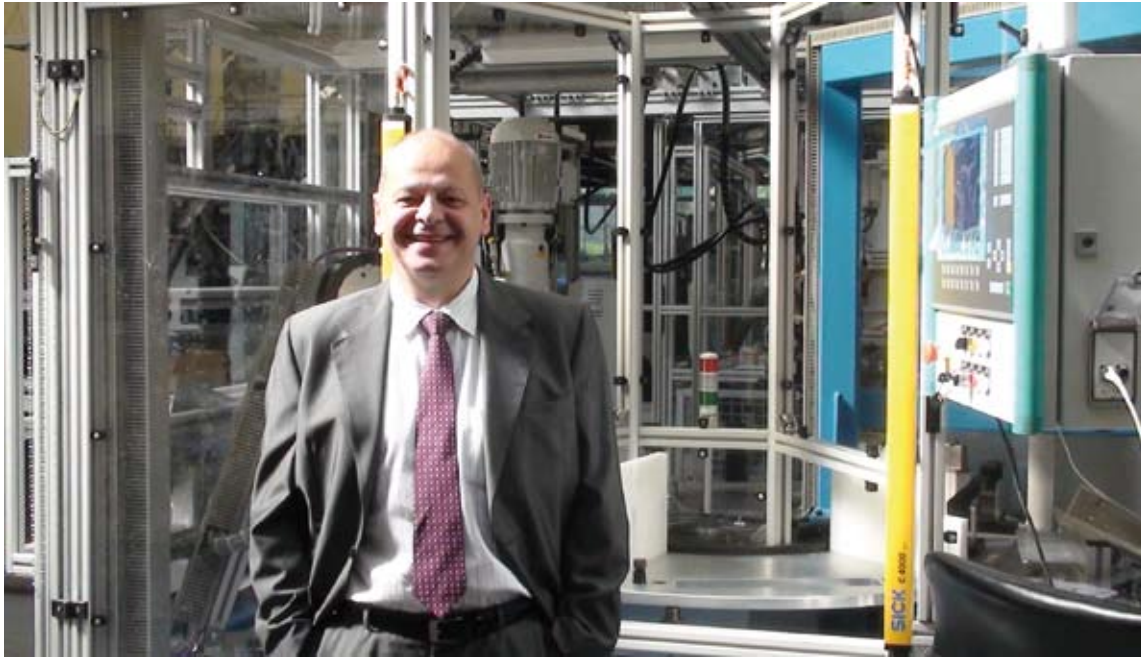
Odpowiedź na to pytanie nie jest łatwa i wymaga od nas analizy przeszłości i wyciągnięcia wniosków na przyszłość, jak również analizy możliwych do zastosowania nowości technicznych. Wytwórczość przemysłowa, która pojawiała się z początkiem wczesnego kapitalizmu, zastąpiła małoseryjną produkcję manufaktur. W wyniku przeludnienia na wsiach i tworzenia nowych miejsc pracy w miastach, miała miejsce migracja ludności do ośrodków miejskich i tworzenie się klasy robotniczej, która z czasem przekształciła się w klasę średnią. Wzrastało zapotrzebowanie na produkty konsumpcyjne i dobra trwałego użytku. Spowodowało to konieczność produkcji wielkoseryjnej. Budowano coraz to większe fabryki i zatrudniano tysiące pracowników. Z czasem siła tych grup zaowocowała powstaniem związków zawodowych, które wymusiły na właścicielach fabryk wolne od pracy niedziele, płatne urlopy pracownicze, a w końcu wolne weekendy. Jeszcze z początkiem XX wieku w wielu krajach europejskich nie były stosowane urlopy płatne. Ale odeszliśmy od naszego tematu. Koszty, koszty, koszty. Jak ciąć koszty? To pytanie powtarza się od początku wytwórczości przemysłowej i w zasadzie od początku znano na nie odpowiedź: mechanizacja i automatyzacja. Wynalezienie silnika parowego, silnika spalinowego i silnika elektrycznego. To były przełomowe momenty automatyzacji. Każdy z tych napędów był lub jest stosowany w produkcji przemysłowej. Poczynając od napędów młynów, maszyn rolniczych, maszyn dziewiarskich, maszyn tnących w tartakach, transportu wewnątrzzakładowego. Wszystkie te urządzenia napędzane były tymi generatorami mocy. W efekcie zmniejszono zatrudnienie i obniżano koszty produkcji. Mamy więc sposób na zmniejszenie kosztów.

Bez ograniczeń

Co można automatyzować? W zasadzie każdą operację produkcyjną wykonywaną przez ludzi. Automatyzujemy więc transport – pasowy, łańcuchowy, paletowy w poziomie i w pionie, wózki w kopalniach, wózki na liniach montażowych. Automatyzujemy montaż przemysłowy, składanie produktów z części, sklepanie, skręcanie,



STOSUJĄC NAJNOWSZE OSIĄGNIĘCIA TECHNIKI W DZIEDZINIE AUTOMATYZACJI, AUTOMATIONSTECHNIK OBNIŻA KOSZTY ROBOCIZNY, KOSZTY ENERGII I REKLAMACJI POPRZEC PODNIESIENIE JAKOŚCI WYTWARZANYCH PRODUKTÓW. FOT. AUTOMATIONSTECHNIK



nitowanie, zagniatanie, malowanie, czyszczenie, szlifowanie, wiercenie i frezowanie. Praktycznie nie ma ograniczeń co do operacji możliwych do zautomatyzowania. Aktualnie automatyzujemy również kontrole montażu – sprawdzamy obecność wszystkich elementów montażu i ich prawidłowość oraz funkcjonalność. Np. czy to się otwiera i zamyka, jakiej siły trzeba użyć, aby to otworzyć czy zamknąć. Czy wielkość otwarcia jest zapewniona? Możemy ją zmierzyć. Możemy sprawdzić kolor, zabrudzenia, plamy na lakierze, ilość podanego smaru itd.

Za pomocą czego to możemy wykonać? Najczęściej stosowane napędy ruchu – czy to obrotowego, czy liniowego – to siłowniki pneumatyczne, hydrauliczne, napędy elektryczne. Do sprawdzania obecności części stosujemy czujniki indukcyjne, pojemnościowe i systemy wizyjne. Do sprawdzania siły i drogi – czujniki rezystancyjne i tensometryczne. Do sprawdzania plam na powierzchniach lakierniczych – kamery przemysłowe. Jak tym wszystkim sterować? W tym celu stosujemy sterowniki PLC. Jest to procesor programowalny, zabudowany najczęściej z panelem operatorskim do komunikacji z operatorem. Programista za pomocą specjalnego programu uczy maszynę poszczególnych kroków, w tym analizy wartościowej pomiędzy operacją złą i właściwą. Tak więc otrzymujemy maszynę o dokładnie takim przeznaczeniu, jakiego oczekujemy.

Ile to kosztuje?

Pytanie najważniejsze. Koszty automatyzacji. Jeszcze kilka dekad temu automatyzacja była szalenie droga i przez to stosowana jedynie przez dużych producentów samochodów i elektroniki. Aktualnie jednak ceny tych rozwiązań znacznie spadły i praktycznie każdego na nie stać. Zwróćmy uwagę np. na programowalne gniazda sieciowe, programatory pieców akumulacyjnych i gazowych, automatyczne bramy garażowe i wjazdowe. Wszędzie tam mamy sterowniki. Pytanie ostatnie: czy nam się to opłaca? Odpowiedź tkwi w ilości planowej produkcji. Trzeba to po prostu przekalkulować. Przy dużych wolumenach zdecydowanie automatyzacja jest opłacalna. Zwrot nakładów w ciągu dwóch do trzech lat przy zamówieniach na 5 do 6 lat to standard. Należy przeanalizować zakres możliwej automatyzacji. Np. w przypadku wyrobów ciężkich nie mamy wyboru. Człowieka musi zastąpić manipulator. Nie męczy się i jest powta-

rzalny, przez co nie robi błędów. Może np. pobierać płyty meblowe z linii transportowej i odkładać na stos do magazynu. Możemy zaproponować pracę robota przemysłowego, który w przeciwieństwie do manipulatora tradycyjnego może być przeprogramowany, przez co jest bardziej uniwersalny.

Na koniec chciałbym przedstawić Państwu firmę Automationstechnik z Krakowa, która specjalizuje się w projektowaniu maszyn do transportu i automatyzacji procesów produkcyjnych. Powstała w 1996 roku firma, której jestem pracownikiem, specjalizuje się w projektowaniu systemów transportowych i nietypowych maszyn produkcyjnych. Ponad 60-osobowa załoga to wysokiej klasy specjaliści projektanci, mechanicy, automatycy, elektrycy i montażyści. Jesteśmy w stanie sprostać trudnym wymaganiom, czego dowodem są rokrocznie zwiększające się zamówienia od coraz to nowych klientów z branży samochodowej, producentów okien, sprzętu AGD i innych. Produujemy maszyny i urządzenia realizowane na specjalne zamówienie. W naszej ofercie są wysoko wydajne automaty produkcyjne, jak również proste stanowiska montażowe i gniazda produkcyjne, uchwyty, manipulatory, obrabiarki specjalne do cięcia, wykrawania, nitowania, skręcania, spawania, klejenia oraz nietypowe praski. Osobna specjalizacja naszego oddziału w Pionkach pod Radomiem to systemy transportowe: pasowe, paletowe, łańcuchowe i inne. Przenosimy i transportujemy oraz magazynujemy produkty o gabarytach od kilku centymetrów do kilku metrów na różne odległości i wysokości. Analizujemy każde zapytanie i odpowiadamy na nie. W roku 2013 nasza firma przystąpiła do Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli w charakterze członka nadzwyczajnego.

Czas na odpowiedź na nasze zasadnicze pytanie: czy można w nieskończoność obniżać koszty produkcji? Moja odpowiedź brzmi: tak, można. Stosując najnowsze osiągnięcia techniki w dziedzinie automatyzacji, obniżamy koszty robocizny, koszty energii i reklamacji poprzez podniesienie jakości wytwarzanych produktów. Rok po roku mamy do dyspozycji większą gamę wyposażenia, na bazie którego budujemy nasze maszyny. Jest ono coraz to doskonalsze, a jego ceny sprawiają, iż są dostępne dla coraz to większej grupy producentów.

RYNEK

ZAKUPÓW MEBLI DOKONUJĄ OSOBY MŁODE, KTÓRYCH W POLSCE JEST I BĘDZIE CORAZ MNIEJ

Czy w Polsce będzie jeszcze sprzedawać się tyle mebli co w 2009 roku? Po lekturze już piątej edycji raportu „Polskie Meble Outlook 2014”, na postawione powyżej pytanie z bólem można odpowiedzieć przecząco. Jest kilka czynników, które na to wskazują i tylko jeden przeciwko.

 MILENA DOROZIŃSKA

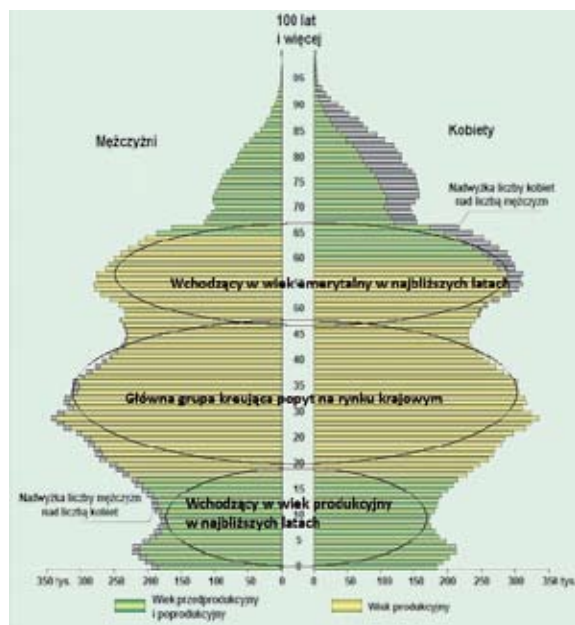
Według oficjalnych danych GUS liczba ludności w Polsce na dzień 30 czerwca 2012 r. wynosiła 38 mln 533 tys. Oznacza to liczbę o 5 tys. niższą wobec roku poprzedzającego. Jeszcze w 2007 roku przyrost naturalny był dodatni, natomiast w 2012 jest już ujemny. O ile jeszcze liczba urodzeń przewyższała symbolicznie liczbę zgonów – 386 tys. urodzeń wobec 385 tys. zgonów, to wynik wyrównały migracje. Tendencje spadkowe w przyroście naturalnym są bezwzględne. Od 2009 roku liczba urodzeń ograniczona została z blisko 418 tys. do 386 tys. i wszystko wskazuje na to, że nadal będzie malała. Z kolei liczba zgonów utrzymywała się na stabilnym poziomie, a w przyszłości przewiduje się jej wzrost ze względu na coraz wyższy wiek ludzi z wyżu mającego miejsce w okresie powojennym. Na obrazku piramidy wieku można odczytać przyszłość demograficzną w Polsce. Wyraźnie na niej widać, że duża grupa osób zbliża się do wieku emerytalnego, a z drugiej strony – piramida ta przedstawia znikomą liczbę osób młodych (dzieci i młodzież), które stopniowo będą zastępować na rynku pracy starsze roczniki. Wiedząc, jakie panują zachowania zakupowe, można stwierdzić, że z rynku pracy odchodzi ta

grupa osób, która wraz z wiekiem wykazuje coraz mniejszą skłonność do zakupów mebli. Z kolei grupa osób dokonująca chętniej zakupów mebli to osoby młode, których będzie coraz mniej. Wnioski te nie są więc optymistyczne dla producentów mebli.

Według tych samych mechanizmów od 2011 r. jesteśmy świadkami spadającej liczby osób pracujących w gospodarce narodowej. W tym momencie jest to spadek o 100 tys. osób, czyli de facto mamy 14 mln 100 tys. osób pracujących, ale spadek będzie kontynuowany. Konsekwencją jest utrzymywanie rosnącej grupy emerytów przez spadającą liczbę pracujących, a więc i zwiększone obciążenia na pracę. Warto zwrócić uwagę na działania obecnego rządu mające na celu przedłużenie wieku emerytalnego, a jednocześnie mające administracyjnie zwiększyć liczbę osób na rynku pracy. Celem reformy szkolnej obejmującej sześcioletków jest propagowanie jak najszybszego wysyłania ludzi młodych na rynek pracy – co najmniej o rok wcześniej niż dotychczas. Działania te są również skutkiem problemów demograficznych. Z pewnością trzeba mieć na uwadze, że stopa bezrobocia w Polsce będzie się zmniejszać, ale nie poprzez nowe miejsca pracy, lecz przez brak pracowników. Pomimo wzrostu wynagrodzeń, na rynek nie napłynie więcej pieniędzy.

W tej komplikującej się sytuacji warto przyjrzeć się procesowi migracji w naszym kraju. W 2012 r. z Polski wyjechało ok. 21 tys. osób, a przyjechało niespełna 15 tys. osób. Saldo pozostaje więc na poziomie ujemnym. Skala migracji po ograniczeniu w latach 2009-2011 ponownie wzrosła w 2012 r. Należy zdawać sobie sprawę z faktu, że tylko imigranci mogą poprawić trudną sytuację demograficzną w Polsce.

Wszystkie te procesy ułożone w całość, niestety, nie przedstawiają rynku krajowego jako atrakcyjnego dla producentów i handlowców mebli. Zachowanie skali obrotów na rynku klientów indywidualnych z pewnością wymagać będzie pracy nad wartością dodaną mebli, tak aby przy nieubłaganiu mniejszych wolumenach sprzedaży wygenerować wyższą wartość towarów. Bardzo prawdopodobne jest to, że z kolei rynek klientów instytucjonalnych na tym zyska. Przedsiębiorstwa poprzez dbałość o jakość miejsca pracy, jak i panującą atmosferę, będą starały się utrzymać pracowników w firmie. Biorąc pod uwagę przedstawione powyżej fakty, można śmiało wywnioskować, że eksport w dalszym ciągu pozostaje naszą szansą na rozwój polskiego meblarstwa.



PROGRAM ECO4VET

POPRAWA POZIOMU EDUKACJI I PROCESU SZKOLENIA W ZAKRESIE EKODESIGNU W MEBLARSTWIE

Program ECO4VET ma na celu zajęcie się zidentyfikowaniem luki edukacyjnej w branży meblarskiej poprzez opracowanie narzędzi i metod szkolenia pracowników w zakresie ekodesignu i zrównoważonej produkcji.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

ECO4VET to kolejny projekt, w jakim uczestniczy Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli w ramach programu Leonardo da Vinci. Projekt ten Izba realizuje od 1 grudnia 2013 roku wraz z partnerami zagranicznymi z Hiszpanii, Włoch, Belgii, Turcji, Rumunii oraz Grecji. W projekcie uczestniczy także Związek Zawodowy BUDOWLANI z Polski.

Projekt ECO4VET jest inicjatywą dziesięciu partnerów (w tym stowarzyszeń producentów mebli, instytucji kształcenia i szkolenia zawodowego oraz decydentów mających wpływ na politykę VET) z krajów UE. Głównym celem projektu 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 zastrzane 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.

Brak oficjalnego programu nauczania z zakresu ekodesignu i zrównoważonej produkcji bezpośrednio wpływa na produkcję mebli oraz przemysł meblarski, który jest zdominowany przez mikroprzedsiębiorstwa (86 proc. przedsiębiorstw w UE zatrudnia mniej niż dziesięciu pracowników). Wielkość i struktura firm meblarskich w UE nie wpływają pozytywnie na proces dostosowania się pracowników do nowych wymogów (przepisów prawnych, norm dotyczących ochrony środowiska, oczekiwań i wymagań rynku). Ponadto biorąc pod uwagę ostatnie zmiany, jakie zaszły w Systemie ISO 14006 w zakresie ekodesignu, konieczne jest zaspokojenie potrzeb szkoleniowych w różnych przedsiębiorstwach, które chcą wdrożyć powyższy system.

ECO4VET ma więc na celu zajęcie się zidentyfikowaniem luki edukacyjnej w branży meblarskiej poprzez opracowanie narzędzi i metod szkolenia pracowników w zakresie ekodesignu i zrównoważonej produkcji.

Można powiedzieć, że projekt ECO4VET jest odpowiedzią na zapotrzebowanie społeczne w zakresie użycia i zastosowania bardziej przyjaznych dla środowiska materiałów, procesów produkcyjnych i usług



POPYT NA EKOMEBLE SZYBKO ROŚNIE, JEDNAK W WIĘKSZOŚCI PRZYPADKÓW NIE MOŻE BYĆ ON ZASPOKOJONY PRZEZ PRODUCENTÓW MEBLI. GŁÓWNYM POWODEM TEGO STANU RZECZY JEST BRAK WIEDZY I UMIEJĘTNOŚCI W TYM ZAKRESIE. FOT. K. ORLIKOWSKA

w branży meblarskiej. „Zielony rynek” dla branży meblarskiej stanowi okazję, aby być bardziej innowacyjną, tworzyć nowe miejsca pracy i wytworzyć tak zwaną wartość dodaną do swoich produktów, aby skutecznie konkurować w tym zakresie z produktami pochodzącymi z gospodarek „niskopłacowych”.

Popyt na ekomeble szybko rośnie, jednak w większości przypadków nie może być on zaspokojony przez producentów mebli. Głównym powodem tego stanu rzeczy jest brak wspomnianej wcześniej wiedzy i umiejętności w tym zakresie. Powyższy projekt ma to zmienić.

W dniach 3-4 grudnia 2013 roku odbyło się pierwsze spotkanie w sprawie projektu ECO4VET w Hiszpanii. Uczestniczyli w nim wszyscy zaangażowani partnerzy. Ze strony OIGPM w spotkaniu brał udział Michał Strzelecki.

Projekt jest realizowany przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej.

Publikacje odzwierciedlają jedynie stanowisko ich autora i Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za umieszczoną w nich zawartość merytoryczną.

OIGPM NA TARGACH MEBLE POLSKA

ATRAKCYJNOŚĆ IMPREZ TOWARZYSZĄCYCH

Podczas lutowych targów MEBLE POLSKA – oprócz możliwości zapoznania się z aktualną, szeroką ofertą handlową polskich i zagranicznych producentów mebli – odwiedzający mieli okazję do uczestniczenia w imprezach towarzyszących, skoncentrowanych na najważniejszych tematach branży. Wiele z nich współorganizowała OIGPM.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

MEBLE POLSKA to największe targi meblowe w Europie Środkowo-Wschodniej, a tegoroczna edycja tej imprezy pokazała bez wątpienia siłę i ogrom polskiego meblarstwa.

Na tej najważniejszej wystawie mebli w Polsce nie mogło zabraknąć OIGPM, która współorganizowała wiele seminariów i konferencji.

Były to m.in.: seminarium prowadzone przez firmę B+R Studio – „Polskie Meble Outlook 2014”, seminarium firmy ChinaWay Poland – „Chiny – szansa czy zagrożenie” oraz seminaria prowadzone przez firmę E-meblarstwo: „Komputerowo zintegrowane wytwarzanie mebli – czyli od koncepcji produktu po zadowolenie klienta” oraz „Kluczowe wymagania dla informatycznego systemu zarządzania w branży meblarskiej”. OIGPM współorganizowała też cykl seminariów oraz konsultacji prowadzonych przez dr. Marka Borowińskiego: „Jak ściągnąć klientów do sa-

lonu meblowego”, „Jak zmiana aranżacji i urządzenia salonu meblowego przyczynia się do wzrostu sprzedaży”, „Synergia zmysłów – czyli co lubi klient w salonie meblowym” czy „TREND DESIGN 2014 – najnowsze trendy w aranżacji wnętrz na podstawie targów Maison & Object z Paryża i Heimtextil z Frankfurtu”. Seminaria dr. Marka Borowińskiego przeznaczone są głównie dla kadry handlowej pracującej bezpośrednio z klientami indywidualnymi w salonie meblowym. Uświadamiają one, jak właściwie urządzić sklep, jak przeprowadzić klienta, aby wpłynąć na jego zachowanie, celem zwiększenia sprzedaży oraz w jaki sposób należy prowadzić skuteczne negocjacje handlowe.

Dużym zainteresowaniem cieszyły się także seminaria prowadzone przez firmę MCT: „Polish Star Team – czyli jak skutecznie sprzedawać meble na rynku niemieckim”.



TARGI MEBLE POLSKA TO NAJWIĘKSZA NA ŚWIECIE PREZENTACJA OFERTY POLSKIEGO MEBLARSTWA.

FOT. K. ORLIKOWSKA