



Raport specjalny



Polskie Meble



Inwestycje dla Polski

1. Przemysł meblowy jest jednym z istotnych sektorów polskiej gospodarki.

Meblarstwo przyczyniło się do sukcesu polskiego eksportu.

Producenci mebli uzyskali drugą wśród gałęzi przemysłu pozycję pod względem eksportu netto, tuż za producentami części i akcesoriów do pojazdów silnikowych.

Na korzystne saldo meblarstwa w obrotach z zagranicą składa się wysoki poziom eksportu w połączeniu z niską importochłonnością.

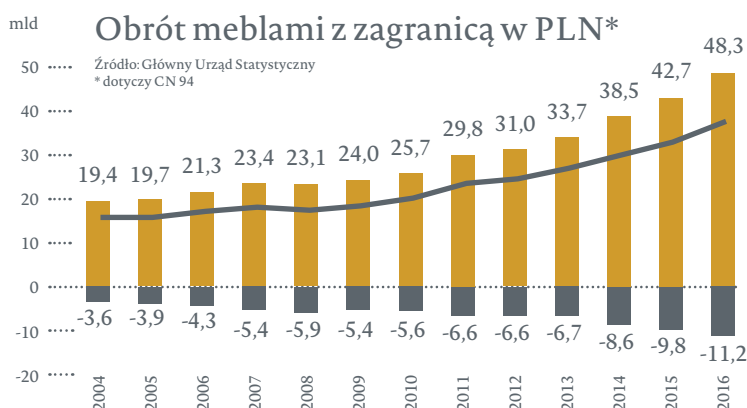
Pod względem eksportu brutto, to znaczy wartość eksportu niepomniejszona o wartość realizowanego przez daną branżę importu, polskie meblarstwo plasuje się na piątej pozycji wśród gałęzi polskiego przemysłu.

Wśród branż przetwórstwa przemysłowego meblarstwo jest drugą branżą pod względem wartości eksportu netto i tworzy istotną część naszej gospodarki:

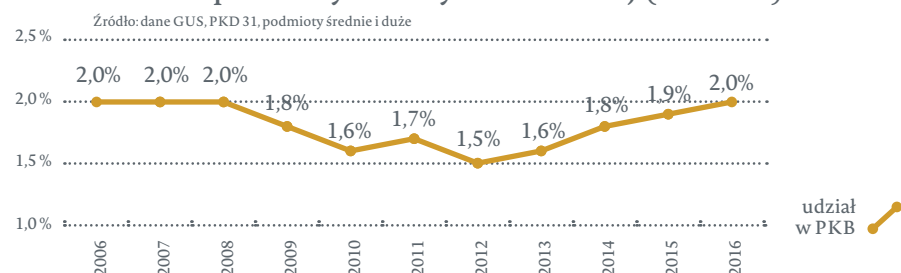
Eksport towarów w grupie CN 94 przekroczył 48 mld złotych.

Sprzedaż średnich i dużych producentów mebli, tj. zatrudniających powyżej 49 pracowników, utrzymuje od wielu lat poziom około 2% PKB.

Cała polska branża meblarska zatrudnia prawie 180 tys. osób, a średnie i duże producenci mebli dają zatrudnienie ponad 130 tys. osób.



Udział sprzedaży branży meblarskiej (PKD 31) w PKB

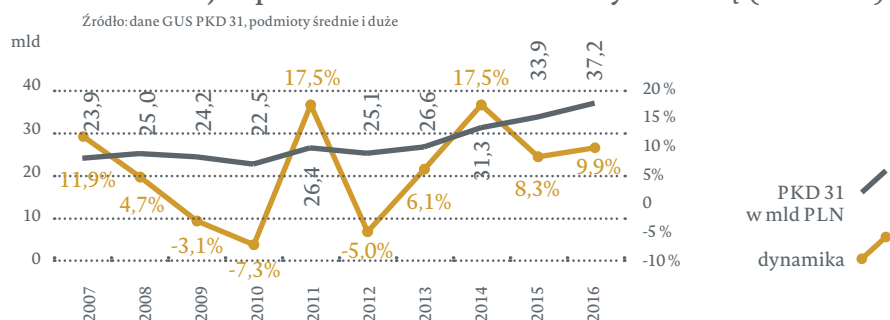


Sprzedaż producentów mebli jest wysoka i rośnie.

Sprzedaż średnich i dużych producentów mebli, tj. zatrudniających powyżej 49 pracowników, daje corocznie około 1,5 do 2% PKB.

Przemysł meblarski odnotował spowolnienie w latach 2009-2012, ale od 2013 roku obserwujemy pozytywną dynamikę sprzedaży, która jest pochodną poprawy koniunktury na zagranicznych rynkach i zastąpienia rynku rosyjskiego innymi kierunkami eksportu.

Produkcja sprzedana mebli wraz z dynamiką (PKD 31)

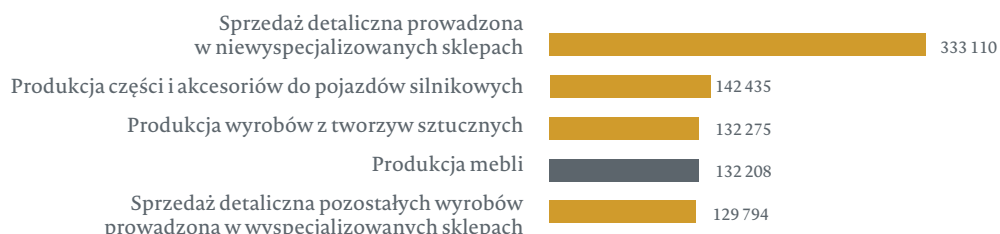


Sektor meblowy jest jednym z większych pracodawców w Polsce.

W przemyśle meblarskim producenci zatrudniający powyżej 49 osób (średnie i duże przedsiębiorstwa) w 2016 r. dawali pracę około 132 tys. osób, co czyni tę branżę czwartym przemysłem w Polsce pod względem liczby zatrudnionych.

Zatrudnienie w branżach na koniec 2016 r.

Źródło: dane GUS, PKD 31.0, podmioty średnie i duże



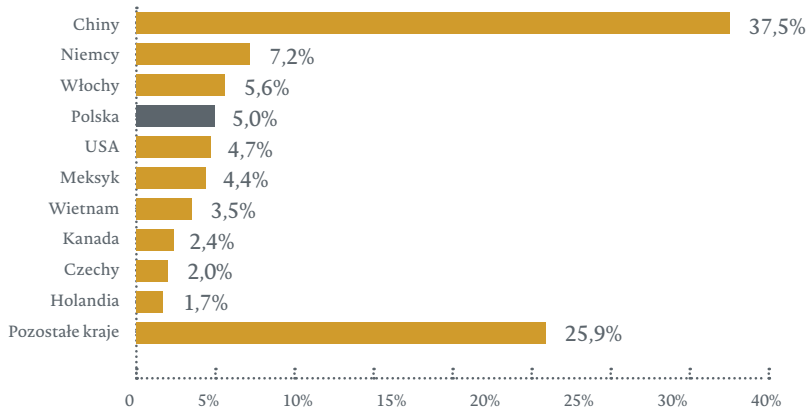
2. Polski sektor meblowy na tle świata

Polska to jeden z liczących się eksporterów mebli.

Polska w 2016 roku zajęła czwarte miejsce wśród największych światowych eksporterów mebli. Na pierwszym miejscu znalazły się Chiny, które odpowiadały za ponad 37% światowego eksportu. Przed naszym krajem uplasowały się także Niemcy (7,2% udziału) i Włochy (5,6%). Polska eksportuje więcej mebli niż, m.in. Stany Zjednoczone, Meksyk czy Wietnam.

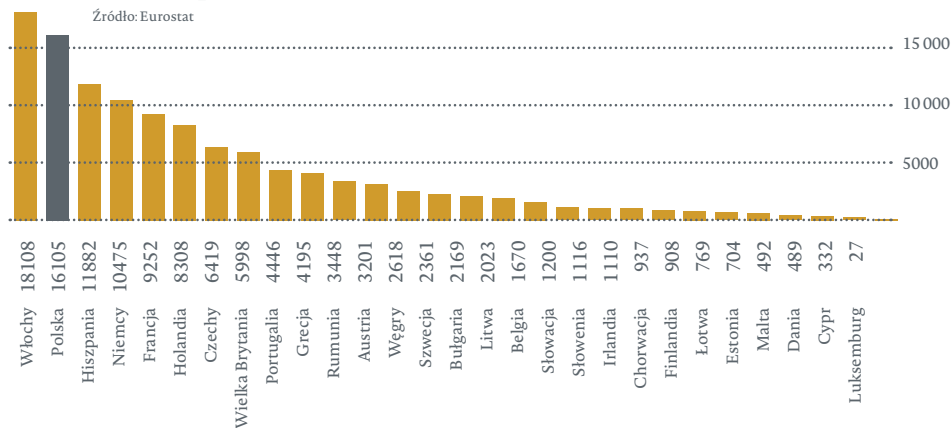
Udział w światowym eksporcie mebli w 2016 r.

Źródło: International Trade Statistics



Liczba producentów mebli w UE

Źródło: Eurostat



Produkujemy i eksportujemy relatywnie dużo, ale robimy to średnio wydajnie.

Według danych Eurostat na koniec 2015 roku zarejestrowanych w Polsce było łącznie ponad 16 tys. firm zajmujących się produkcją mebli, co było drugą największą liczbą w całej Unii Europejskiej. Cała europejska populacja firm meblarskich liczyła około 120 tysięcy firm, a najwięcej z nich - ponad 18 tysięcy (około 15% całości) - było we Włoszech. Na dalszych miejscach znalazła się m.in. Hiszpania (ponad 11 tys.) oraz Niemcy (ponad 10 tys.).

Przeciętna wydajność pracy w polskim przemyśle meblarskim bez uwzględnienia kosztów pracy jest niższa niż średnia unijna, ale po uwzględnieniu kosztów pracy przedstawia się znacznie korzystniej, a mianowicie jest na trzecim miejscu za Bułgarią i Wielką Brytanią.

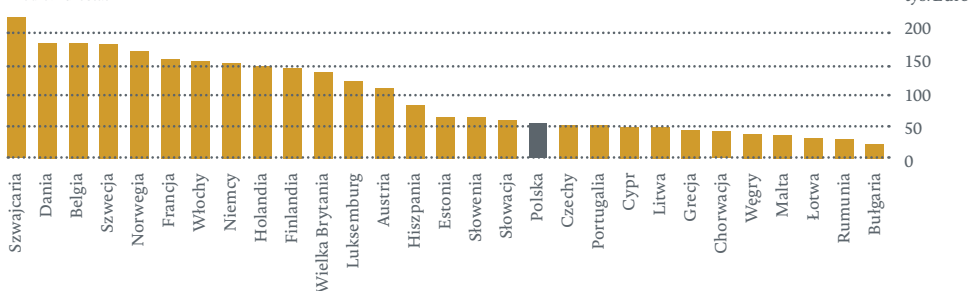
Na koniec 2015, tj. za ostatni okres dla którego w Eurostat dostępne są dane, przeciętna sprzedaż na jednego zatrudnionego wśród producentów mebli w Polsce jest niższa niż w większości państw UE.

Ze względu na niższe niż w większości UE koszty pracy, wydajność branży meblarskiej skorygowana o koszt pracy daje Polsce 3 miejsce w UE.

Dynamika wydajności produkcji sprzedanej zależy m.in. od technicznego uzbrojenia pracy, co jest wynikiem poziomu inwestycji. Inwestycje w przeliczeniu na jednego zatrudnionego są u statystycznego polskiego producenta mebli niższe niż przeciętnie w innych krajach Europy.

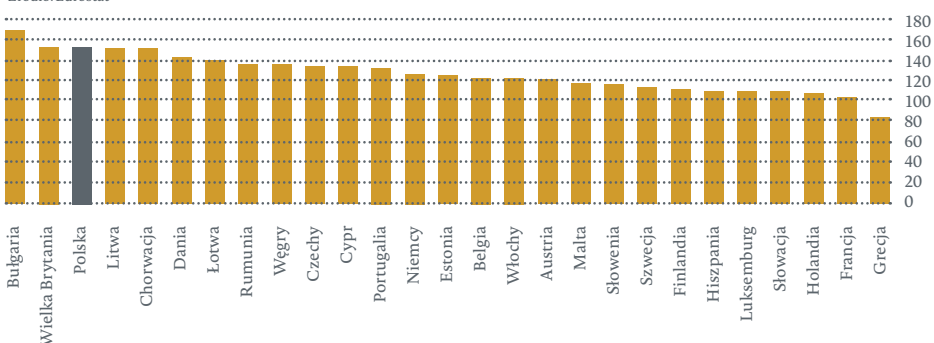
Sprzedaż na jednego zatrudnionego w 2015 r.

Źródło: Eurostat

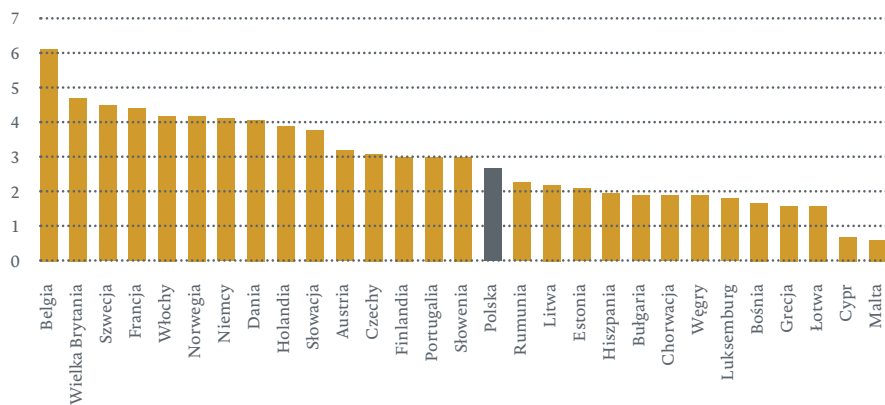


Sprzedaż na pracownika / koszt zatrudnienia za rok 2015

Źródło: Eurostat



Inwestycje na jednego zatrudnionego w 2015 r. (tys. Euro)



Utrzymanie wysokiej pozycji i wzrost wydajności polskich firm meblarskich przy rosnących kosztach wynagrodzeń i kurczących się zasobach kapitału ludzkiego będzie wymagało wdrażania nowych modeli biznesowych i zwiększenia nakładów inwestycyjnych.

3. Motory rozwoju branży meblarskiej.

Motor rozwoju nr 1: Automatyzacja i robotyzacja produkcji.

Ten model rozwoju jest odpowiedzią na globalizację dystrybucji oraz ograniczone zasoby kapitału ludzkiego. Zakłada on zdobycie przewag konkurencyjnych dzięki efektowi skali, ale wymaga nakładów inwestycyjnych w nowoczesne rozwiązania automatycznego transportu międzyoperacyjnego, wdrożenia rozwiązań szczupłej produkcji, zastosowania robotów autonomicznych i kolaboracyjnych oraz informatycznego sprzężenia wszystkich etapów produkcji.

Motor rozwoju nr 2: Konsolidacja, fuzje, przejęcia.

Rozdrobnienie branży meblarskiej osłabia pozycję negocjacyjną zarówno w odniesieniu do dostawców jak i odbiorców mebli, którzy tworzą silne organizacje. Konsolidacja pionowa po obydwu stronach procesu produkcji przyniesie optymalizację procesów, co przy kurczących się marżach jest szansą na zachowanie konkurencyjności. Korzystna dla przedsiębiorstw jest aktywność na rynku fuzji i przejęć zagranicznych podmiotów – producentów i dystrybutorów – dzięki poszerzeniu bazy odbiorców i wzmocnieniu marek własnych. Podobnie korzyści może przynieść integracja w kierunku materiałów i akcesoriów do produkcji.

Motor rozwoju nr 3: Innowacje materiałowe, funkcjonalne i wzornicze.

Zdobycie wyższej rentowności wymaga od producentów intensywnych zabiegów w celu wyróżnienia się na wysokokonkurencyjnym rynku globalnym. Można to osiągnąć poprzez innowacje materiałowe (np. w zakresie lżejszych materiałów płytowych, tańszych materiałów dekoracyjnych, etc.), opracowanie innowacji funkcjonalnych (np. relaksery, integracja z Internetem i systemami cyfrowymi, etc.) lub poprzez opracowanie

innowacji wzorniczych. Niezbędne w tym modelu rozwoju jest zwiększenie nakładów na działalność B+R oraz współpracę z interdyscyplinarnymi zespołami projektowymi. Ten model rozwoju zakłada również wyjście z pozycji podwykonawcy do roli producenta oryginalnych produktów.

Motor rozwoju nr 4: Rozwój poprzez bezpośrednie usługi.

Usługi dla klienta indywidualnego.

Usługi takie jak personalizacja (wymiary, układ funkcjonalny, dobór kolorystyczny) i dostawa wprost do domu z wykorzystaniem e-handlu stanowi dla klientów większą wartość niż zakup produktu z półki sklepowej. Uwzględniając dodatkowo uwolnienie kosztów związanych z tradycyjnym handlem otwiera się pole do generowania wyższych marż. Należy w tym przypadku wdrożyć w firmach nowe kompetencje związane z obsługą platform e-handlu, doborem oferty do sprzedaży internetowej i związaną z tym optymalizacją procesów logistycznych, a także z informatycznym zintegrowaniem zaopatrzenia, produkcji i handlu.

Usługi dla klientów instytucjonalnych.

Światowe trendy w obsłudze handlu, w usługach i w obszarze dbałości o pracownika stawiają mocny akcent na doświadczeniu „klienta”, co nierozdzielnie związane jest z jakością przestrzeni i jej wyposażeniem. To szybko rosnący obszar, który koncentruje się na indywidualnej usłudze zaprojektowania i wykonania niepowtarzalnych rozwiązań. Od tradycyjnej firmy meblowej wymaga zmiany w modelu biznesowym i rozbudowania kompetencji stricte produkcyjnych o usługi projektowania wnętrz, szybkiego prototypowania i montażu w różnych, często odległych miejscach na świecie. Ten model rozwoju zakłada również zapewnienie jakości w standardzie premium.



4. Grupa Polskiego Funduszu Rozwoju dla branży meblarskiej.

Program Polskie Meble

Realizacja działań adresowanych dla meblarstwa skoncentrowana jest w ramach programu flagowego „Polskie Meble”. Programem kieruje Komitet Sterujący, którego przewodniczy Ministerstwo Rozwoju. Polski Fundusz Rozwoju występuje w programie w podwójnej roli: realizuje działania koordynacyjne oraz aktywnie wspiera meblarstwo poprzez fundusze inwestycyjne.

Cele programu Polskie Meble:

Stymulowanie rozwoju wzornictwa przemysłowego i tworzenia silnych polskich marek, wykorzystujących nowoczesne technologie i eko-wzornictwo (eko-design).

1. Zmiana wizerunku polskiego meblarstwa jako producenta wysokiej jakości markowych produktów
2. Zajęcie pierwszego miejsca w Europie w wartości eksportu mebli do końca 2020 roku.
3. Zajęcie pierwszego miejsca w Europie w wartości produkcji mebli do końca 2030 roku.

Oferta

Grupa Polskiego Funduszu Rozwoju dysponuje szeroką ofertą instrumentów finansowych jak i dotacyjnych oraz usługami doradczymi i promocyjnymi.



Fundusze Inwestycyjne.

Meblarze wykorzystując fundusze inwestycyjne mogą wykonać duży skok rozwojowy rozbudowując własne sieci sprzedaży za granicą, konsolidując branżę w kraju, przejmując zagraniczne marki handlowe i producenckie lub rozwijając innowacyjne modele biznesowe. Służą temu fundusze grupy PFR: Fundusz Inwestycji Polskich Przedsiębiorstw inwestujący od 50 do 300 milionów złotych w polskie firmy oraz Fundusz Ekspansji Zagranicznej inwestujący od 2 do 12,5 miliona euro w spółki zakładane przez polskich przedsiębiorców za granicą. PFR poprzez kapitałowe zaangażowanie w polskie firmy meblarskie w charakterze mniejszościowego udziałowca, umożliwia szybszy rozwój i realizację projektów o większej skali. Inwestycja PFR ma wspierać polskie firmy, a fundusz za każdym razem negocjuje strategię wyjścia po okresie 7-10 lat, sprzedając udziały właścicielowi lub wchodząc na giełdę. Negocjacje są otwarte i bazują na przedstawianych biznes planach. Działanie funduszy nie jest związane z konkretnymi terminami i nie ma potrzeby wypełniania wniosków aplikacyjnych.

Obszar funduszowy uzupełnia oferta spółki PFR Ventures, która wspólnie z inwestorami prywatnymi tworzy fundusze inwestujące w start-upy. Liczymy na to, że po pierwsze znajdą się inwestorzy z branży meblarskiej, a po drugie znajdą się start-upy rozwijające pomysły na meble.

Grupa PFR posiada również rozbudowaną ofertę kredytów i ubezpieczeń oraz faktoringu realizowaną poprzez Bank Gospodarstwa Krajowego, Agencję Rozwoju Przemysłu, Korporację Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych oraz KUKE Finance. W przypadku kontraktów firm meblarskich warto zwrócić uwagę na możliwość kredytowania przez BGK zagranicznych odbiorców, ubezpieczenia kontraktów lub inwestycji zagranicznych w KUKE. Biuro usług finansowych ARP posiada możliwości finansowania procesów inwestycji i restrukturyzacji przedsiębiorstw, natomiast kredyty BGK często wykorzystywane są jako uzupełnienie finansowania w bankach zewnętrznych.

Promocja.

Obszar promocji koordynowany jest przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu. PAIH realizuje zadania związane z finansowaniem przyjazdów zagranicznych kontrahentów na targi w Polsce, organizowaniem wspólnych wystaw na wybranych targach zagranicznych oraz przygotowaniem biznesowych misji gospodarczych. PAIH realizuje również program promocji ogólnej BRAND dla branży meblarskiej, który razem z dotacjami „Go To Brand” udzielanymi dla małych i średnich firm przez PARP wspiera ekspansję polskich meblarzy.

Istotne działanie, które rozpoczyna budowę nowego podejścia do promocji zainicjowała Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, która podjęła się opracowania strategii marki polskiej branży meblarskiej. Wspólnie z przedsiębiorcami zostaną przeprowadzone badania w kraju i za granicą, które pomogą opracować propozycję wartości marki polskiej branży meblarskiej, adekwatną do potrzeb naszych firm i szans, które przed nami stoją.

Wsparcie kultury kreatywności.

Oprócz znanych, dostępnych dla wszystkich branż działań dotacyjnych realizowanych przez PARP, BGK i NCBR dzięki programowi „Polskie Meble” w obszarze kreatywności uruchomiony został nowy projekt w PARP „Granty na Dizajn”. W 2018 roku wsparcie na opracowanie nowych produktów z profesjonalnymi projektantami otrzyma 40 firm. Kreatywność uzupełnia zaprojektowany wcześniej w NCBR sektorowy program badawczy „WoodINN” z budżetem 200 milionów złotych.

Kapitał Ludzki.

Dla nowoczesnego meblarstwa animujemy działania na rzecz powołania Sektorowej Rady do Spraw Kompetencji, której działanie można sfinansować z dotacji PARP. Przygotowujemy również rozwiązania w zakresie projektów edukacyjnych i doradczych nastawionych na dostarczenie profesjonalnej wiedzy na najwyższym poziomie dla menedżerów firm meblarskich.

Pakiet usług finansowych dla branży meblarskiej

Wybrane elementy z oferty grupy PFR

Fundusz Inwestycji Polskich Przedsiębiorstw: inwestuje w polskie podmioty od 50 do 300 mln złotych obejmując mniejszościowe udziały w firmach.

Fundusz Ekspansji Zagranicznej: inwestuje w spółki za granicą zakładane lub przejmowane przez polskie podmioty. Wysokość inwestycji waha się od 2 do 12,5 miliona euro.

Finansowanie przedsiębiorstw w procesie restrukturyzacji i finansowanie dłużne wzrostu przedsiębiorstw – Biuro Usług Finansowych ARP.

Produkty skarbowe, kredyty obrotowe, finansowanie dłużne niezależne od cyklu koniunkturalnego i finansowanie dłużne eksportu „Kredyt dla nabywcy”, Kredyt ze środków EBI i KfW, Cash Management – usługi Banku Gospodarstwa Krajowego.

Ubezpieczenie Kredytu dla Nabywcy, Ubezpieczenie należności w handlu zagranicznym, Ubezpieczenie inwestycji bezpośredniej za granicą – usługi Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych.

Gwarancje kontraktowe, Gwarancja spłaty kredytu krótkoterminowego, Gwarancje dla akredytów – usługi Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych.

Faktoring – z przejęciem ryzyka i bez przejęcia ryzyka wypłacalności klientów – oferta KUKE Finance.

Polskie Meble Więcej informacji: www.pfr.pl/oferta Infolinia: 800 800 120 lub +48 22 703 43 00

Niniejsza publikacja i jej treść stanowią własność PFR. Publikacja nie stanowi rekomendacji lub porady inwestycyjnej, ani jakiegokolwiek formy doradztwa lub oferty w myśl artykułu 66 §1 kodeksu cywilnego. Informacje zawarte w publikacji są aktualne na dzień jej udostępnienia. Publikacja jest formą skróconą i nie zawiera wszystkich informacji dotyczących działalności prowadzonej przez podmioty z Grupy PFR, dlatego materiał ten nie powinien być interpretowany w oderwaniu od komentarza ustnego. PFR nie ponosi odpowiedzialności za wykorzystanie informacji zawartych w publikacji oraz za możliwe konsekwencje jakichkolwiek działań podjętych w oparciu o dostarczone w niej informacje.



Infolinia: 800 800 120
info@pfr.pl

Obserwuj nas także na:

