

Polskie meblarstwo kruchy sukces

Marzec 2020

Biuro Analiz PFR S.A.:
pawel.dobrowolski@pfr.pl
andrzej.kochman@pfr.pl
michal.kolasa@pfr.pl



Pomiędzy 2008 a 2018 Polska z szóstego producenta mebli w UE z udziałem 6,8% urosła na trzeciego producenta mebli w UE z udziałem 10,9%.

Największym rynkiem kupującym zagraniczne meble w UE są Niemcy oraz Francja. Następnie właściwie nie będąca już w Unii Wielka Brytania.

W ostatniej dekadzie Polska zwiększyła swój udział w eksporcie mebli do Niemiec i Francji. Na rynku niemieckim zwiększyliśmy nasz udział kosztem eksporterów z Włoch, Austrii i Danii. A na rynku francuskim zwiększyliśmy nasz udział kosztem eksporterów z Włoch, Hiszpanii i Belgii.

Na tle UE polską branżę meblową charakteryzuje niska sprzedaż na pracownika, ale wysoka marżowość.

Sukces osiągnięty w dużej mierze dzięki niskim kosztom pracy jest obecnie zagrożony poprzez nie tylko rosnące płace, ale również potężne nakłady inwestycyjne naszych konkurentów. Nie tylko chodzi o Włochy, które utraciły swój prymat w Europie jako eksporter na rzecz Polski, ale również niewielkie kraje takie jak Portugalia, które inwestują w poprawę wydajności produkcji.

Francja – kraj „konsument” mebli zaczął intensywnie inwestować w środki produkcji. W ostatnim czasie można zaobserwować przyrost liczby firm meblarskich przy jednocześnie stabilnym poziomie zatrudnienia.

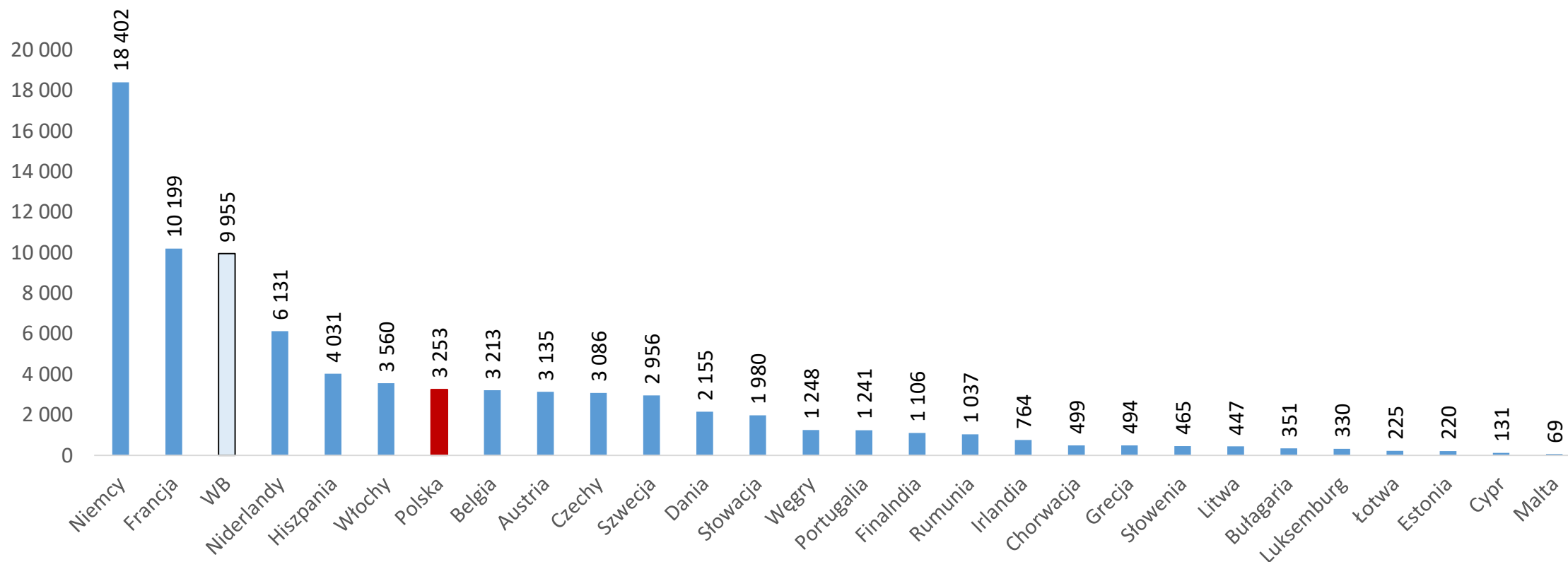
Przewaga w marżowości polskich producentów względem konkurencji (w szczególności Włoch) maleje.



Niemcy, Francja i Wielka Brytania odpowiadają za 47,8% importu mebli wśród państw UE

Największym rynkiem kupującym zagraniczne meble są Niemcy. Następnie jest prawie równe sobie pod względem importu Francja oraz już właściwie nie będąca już w Unii Wielka Brytania.

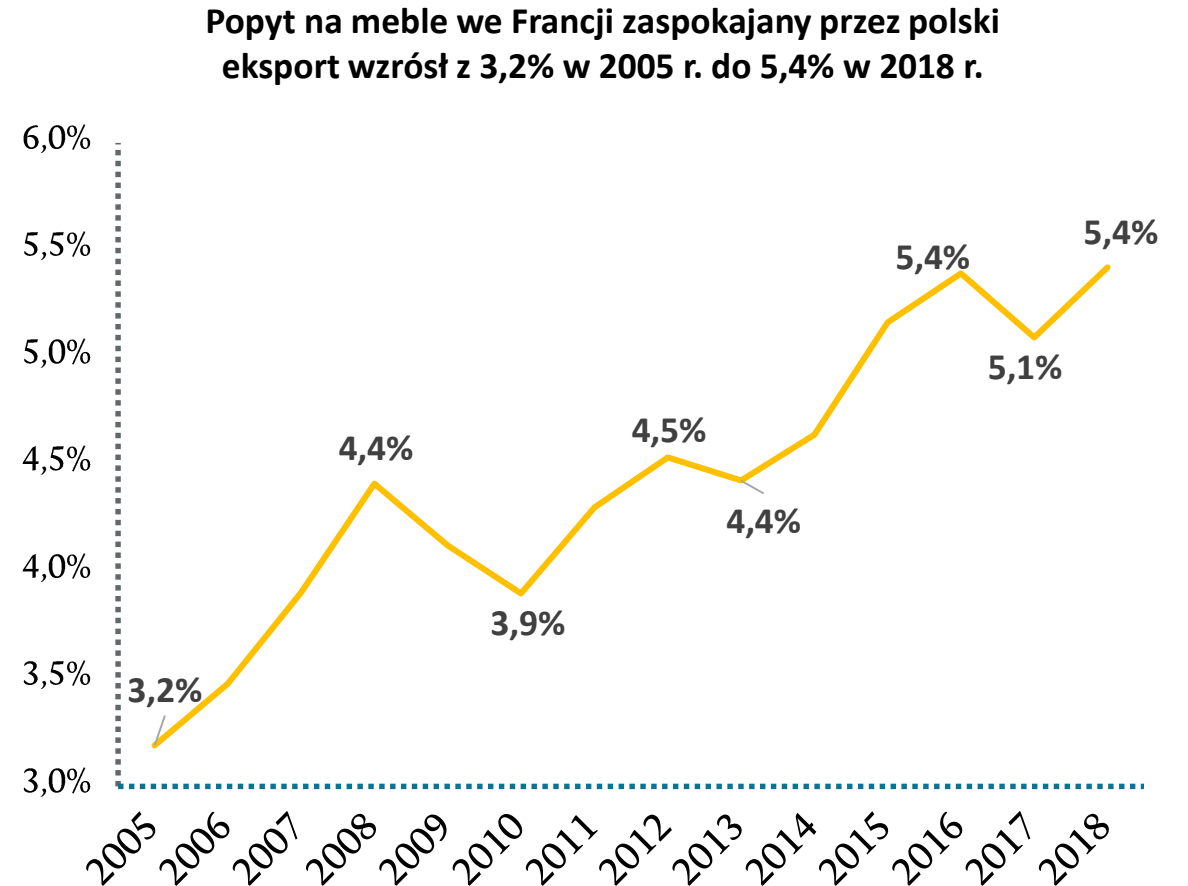
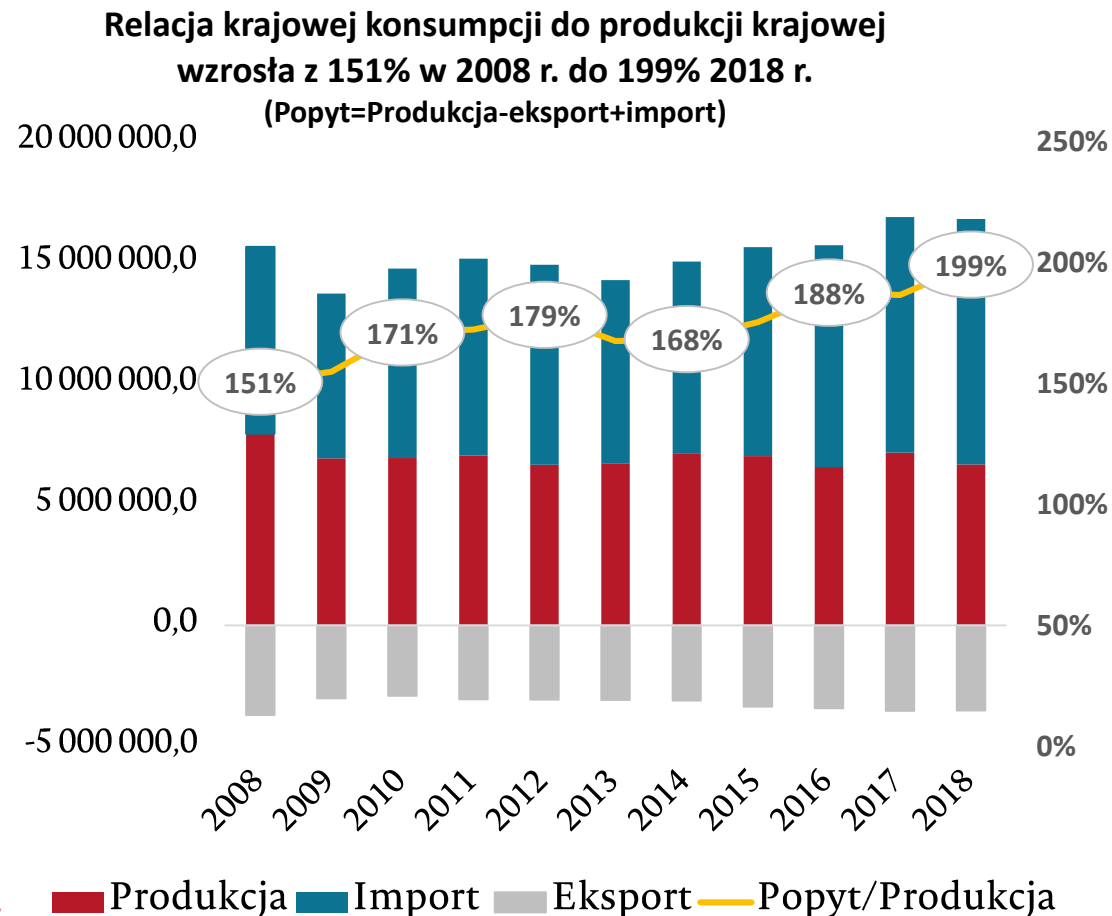
Import mebli krajów UE + WB w mln EUR w 2018 r.



Francja konsumuje blisko dwukrotnie więcej mebli niż sama wytwarza

Źródło: Eurostat & ITC

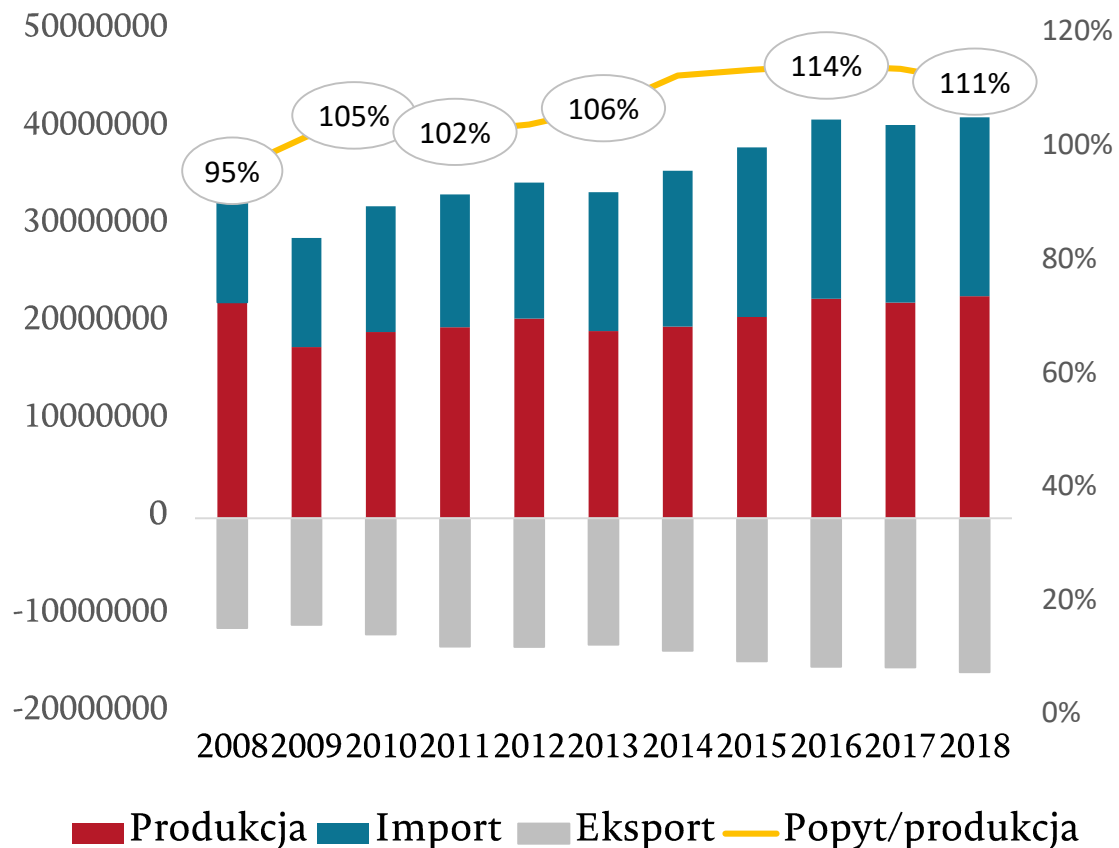
Udział polskiego eksportu mebli we francuskiej konsumpcji mebli rośnie szybciej niż eksport mebli do Francji.



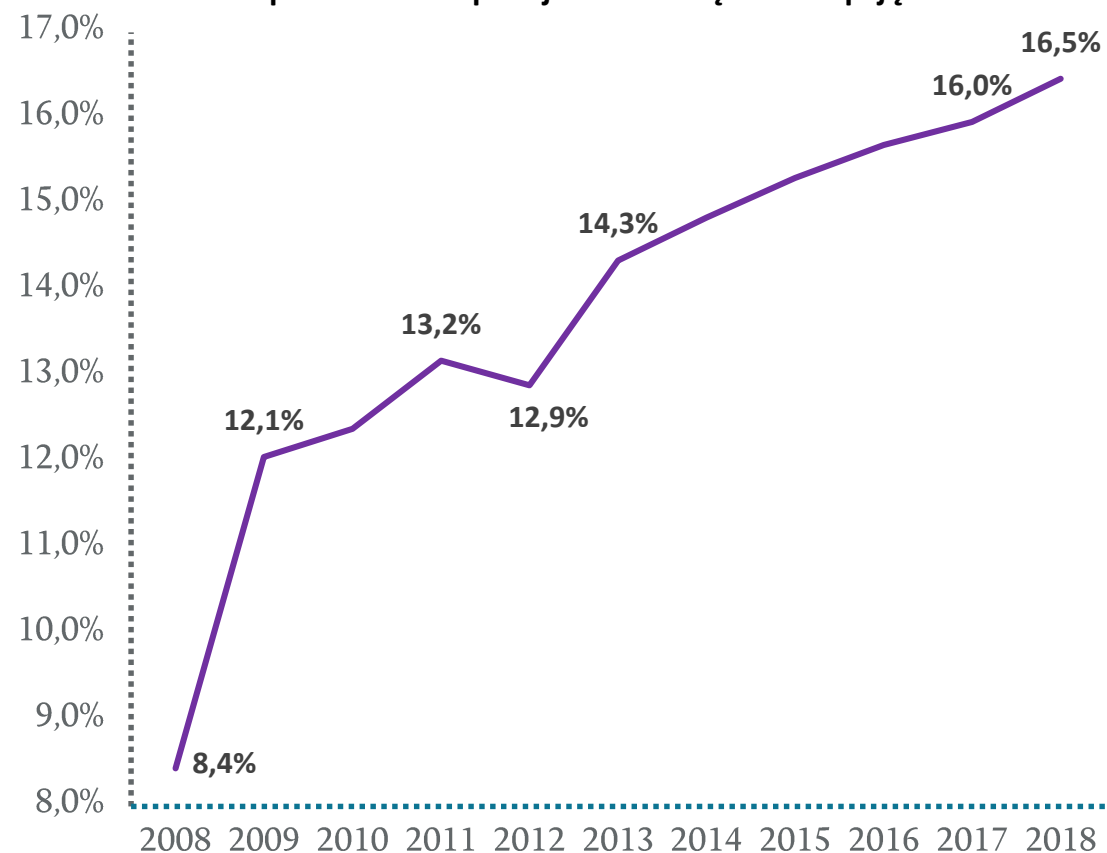
W Niemczech od 2016 r. w coraz większym stopniu krajowa produkcja zaspokaja rodzimy popyt na meble

Źródło: Eurostat & ITC

Od 2008 do 2016 nieznacznie wzrósł stopień zaspokojenia niemieckiej konsumpcji mebli importem. Potem rośnie udział krajowej produkcji. (Popyt=produkcja+eksport+import)

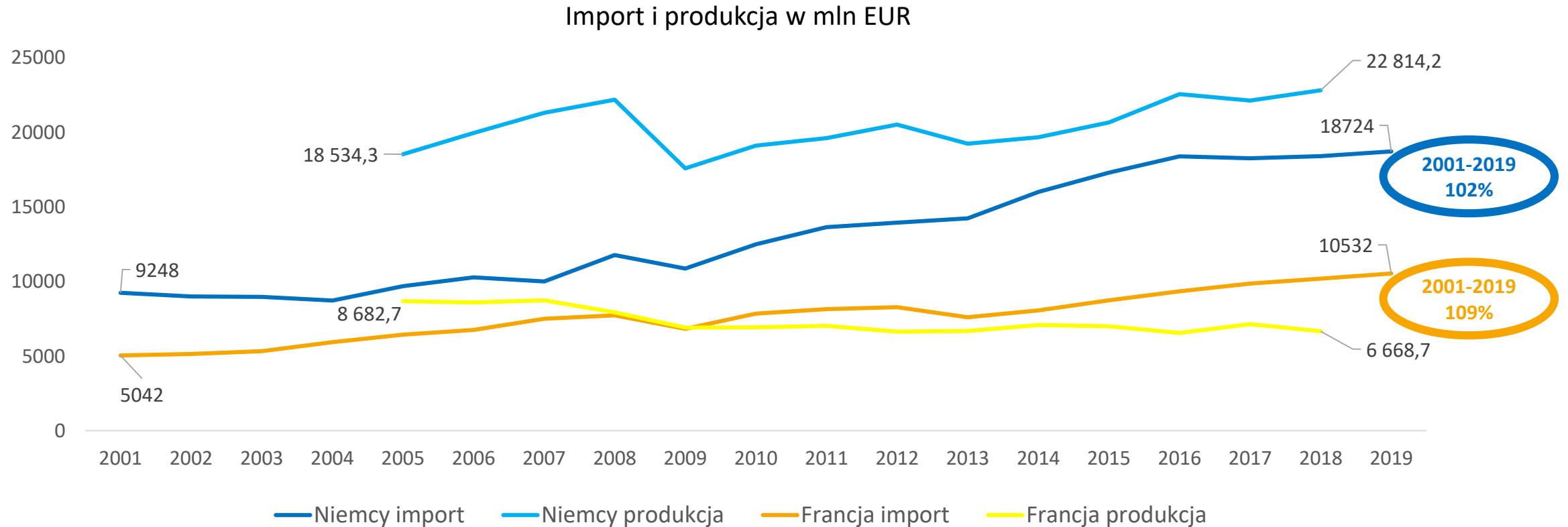


Pomimo spadku stopnia, w którym import zaspokaja niemiecką konsumpcję mebli, rośnie stopień w którym polski eksport mebli zaspokaja niemiecką konsumpcję.



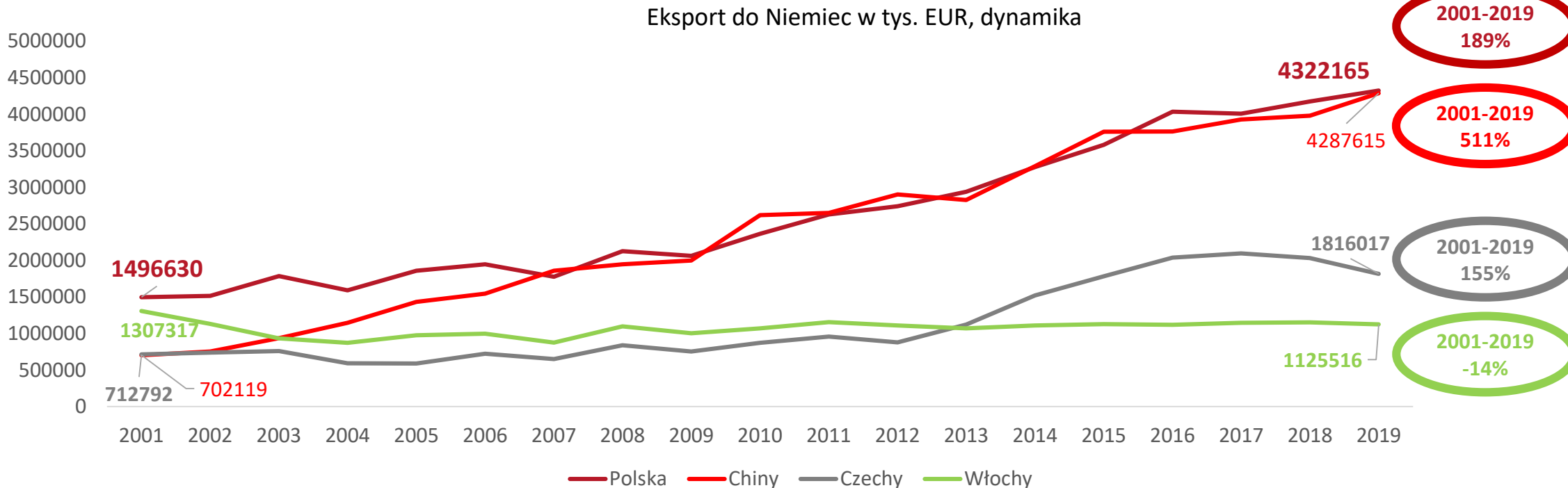
Zarówno Niemcy jak i Francja powiększyły swój import dwukrotnie w dwie dekady.

Dla obydwu tych rynków można zaobserwować wyraźnie gorsze okresy w latach 2008-2009 i 2012-2013 które korespondują z okresami gorszej kondycji w gospodarce.

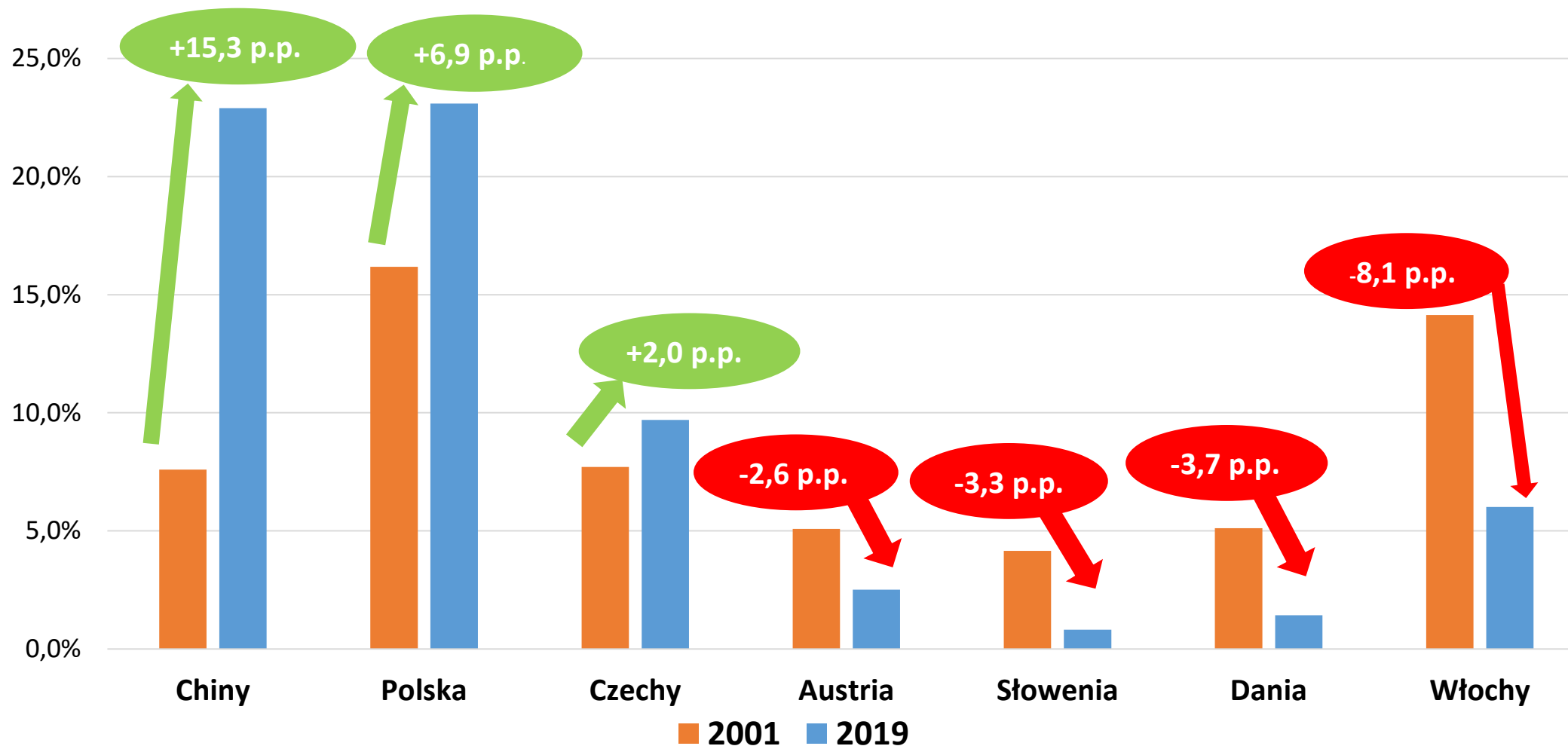


Import mebli do Niemiec wzrósł w latach 2001-2019 o 102% a udział Polski i Chin wzrósł odpowiednio z 16,2% do 23,1% oraz z 7,6% do 22,9%.

Obecnie czterema największymi dostawcami mebli na rynek niemiecki są Polska, Chiny, Czechy oraz Włochy. Widać wyraźną „degradację” Włoch i duży „awans” Chin, które dopędziły Polskę w 2007 r. i idą z naszym krajem zblizoną ścieżką wzrostu. Pamiętajmy jednak, że my stanowimy „zaplecze” Niemiec a towary z Chin by dotrzeć do Europy muszą przebyć daleką drogę. Sprzedaż Czech do Niemiec uległa wyraźnemu zahamowaniu w 2017 r. po czym nastąpił spadek w dwóch kolejnych latach. W przypadku Włoch ich eksport do Niemiec uległ wyraźnemu obniżeniu w latach 2002-2003 a następnie ustabilizował się na zblizonym poziomie, co przy rosnącym rynku powoduje oddalenie się od czołowych dostawców mebli na rynek niemiecki.

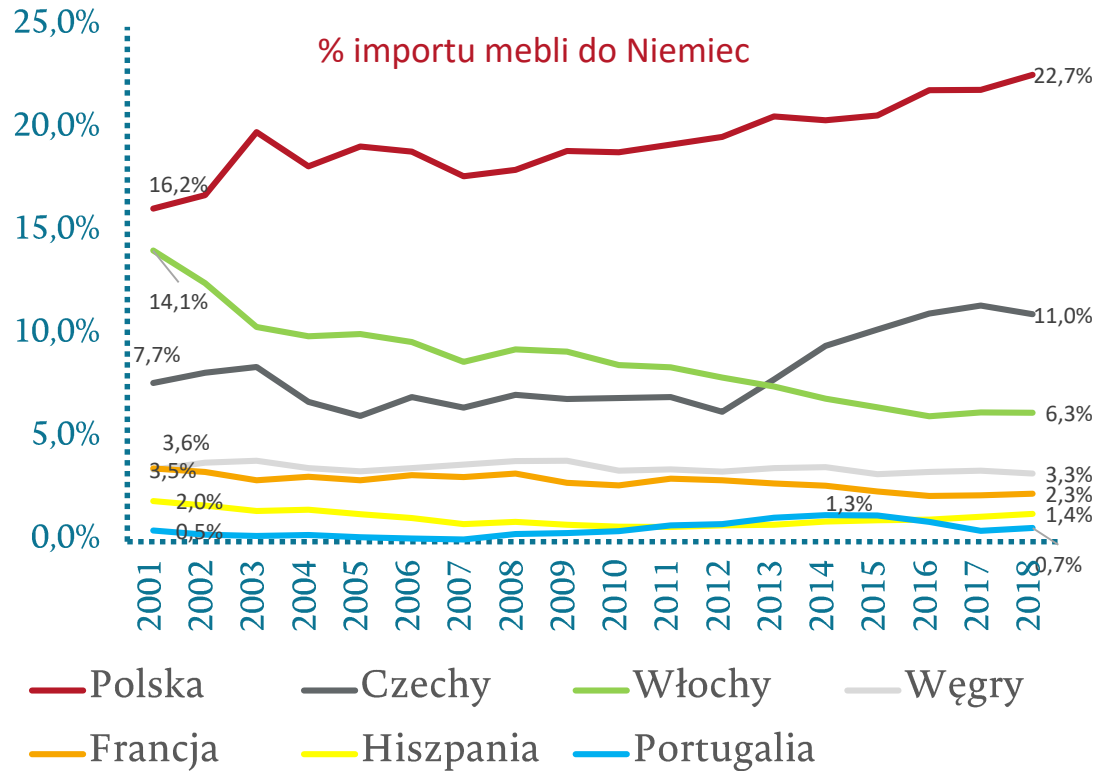


Największy wzrost udziału w eksporcie na rynek niemiecki odnotowały Chiny i Polska, a największy spadek Włochy i Dania.

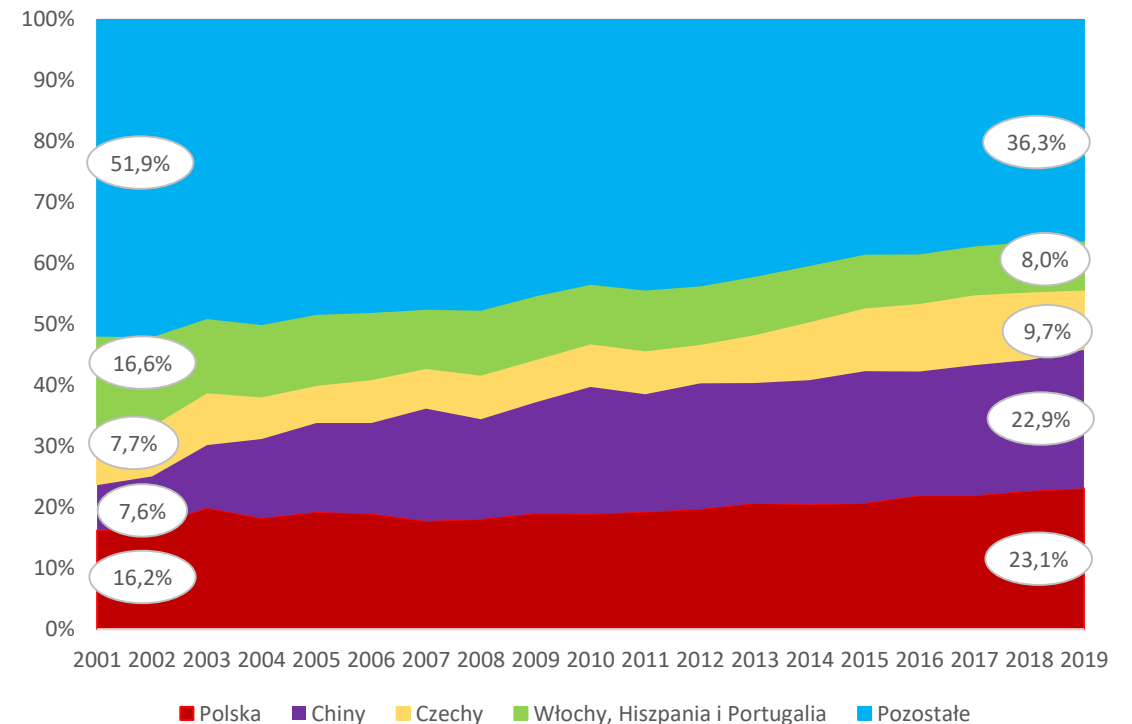


W ciągu dwóch dekad wśród eksporterów na rynek niemiecki wzrósł udział Polski (+6,9 pkt. proc.) i Chin (+15,3 pkt. proc.), a spadł udział Włoch (-8,1 pkt. proc.) i Hiszpanii (-0,7 pkt. proc.). Portugalia straciła w rynku niemieckim prawie połowę swego udziału z 2015 r. (-0,6 pkt. proc.).

W podziale rynku niemieckiego można zaobserwować wyraźny wzrost udziału Chin przy spadku udziału nie tylko Włoch ale też i większości pozostałych dostawców mebli.

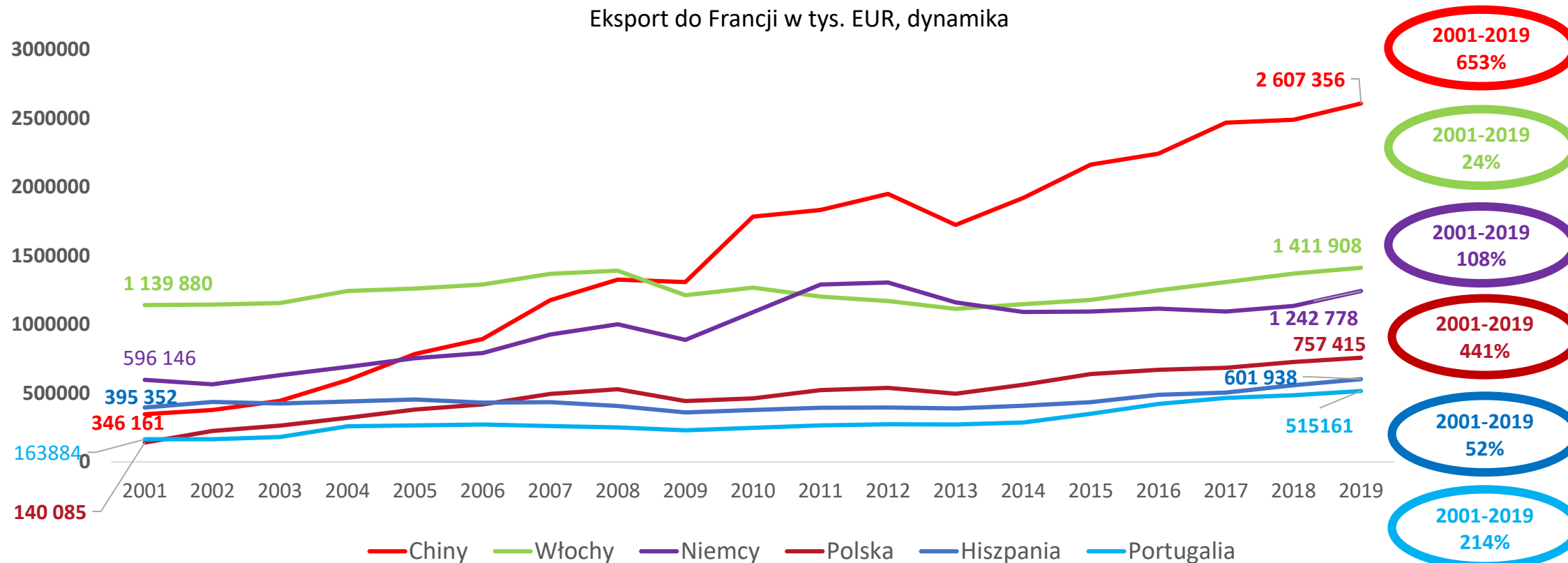


Udział krajów w eksporcie mebli do Niemiec

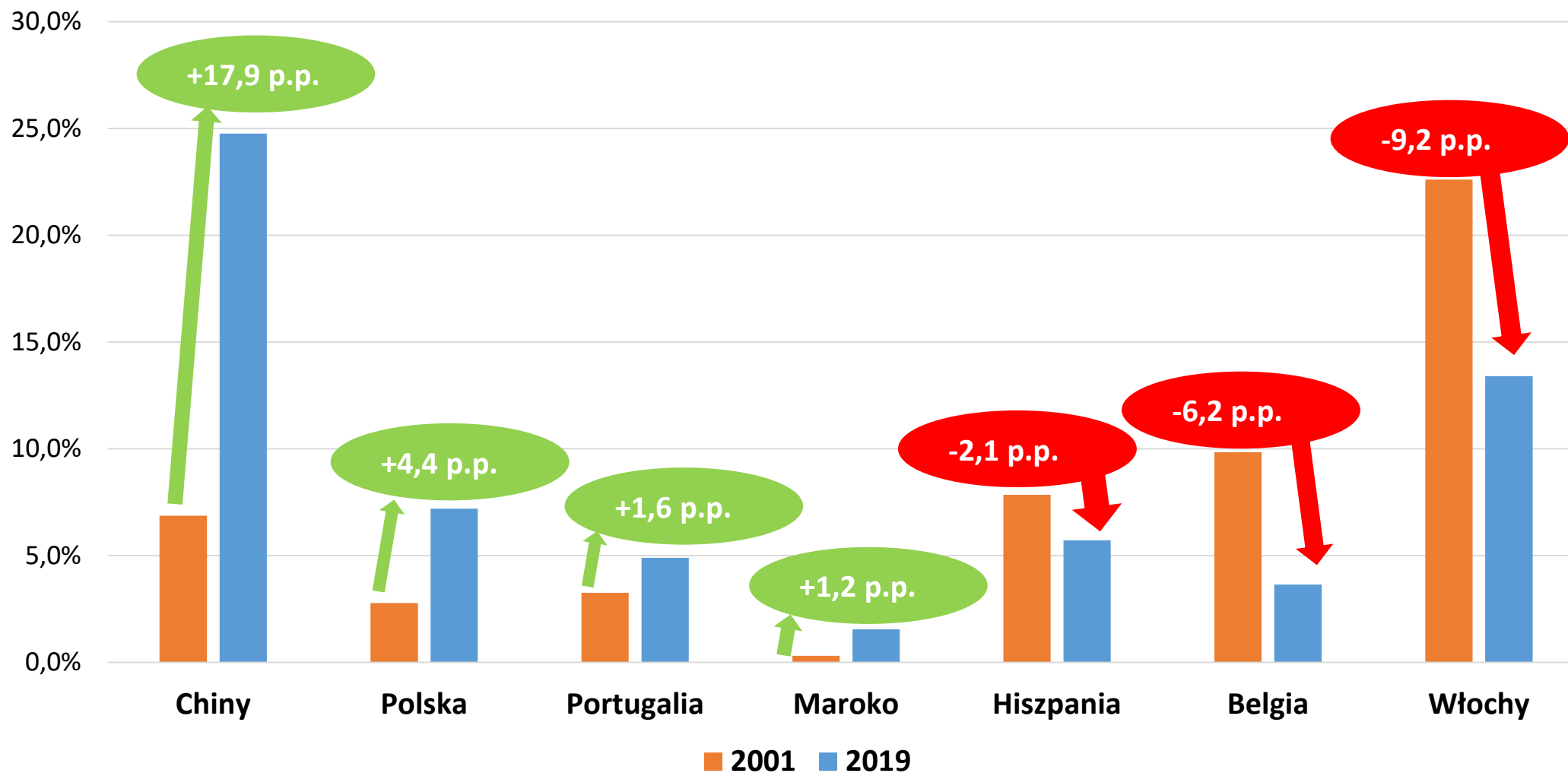


Import mebli do Francji wzrósł w latach 2001-2019 o 109%. Najbardziej wzrósł udział eksporterów z Chin. Ich udział w imporcie do Francji wzrósł z 6,9% do 24,8%. Udział Polski wzrósł z 2,8% do 7,2%.

Największym dostawcą na rynek francuski mebli stały się Chiny (wzrost o 653% w 2019 r. względem 2001r.). Włochy na tym rynku utrzymały się na relatywnie zbliżonym poziomie (wzrost o 24% przy wzroście całego importu o ponad 100%) jak w 2001 r. Sprzedaż Niemiec w tym okresie wzrosła o 108%. Wzrost sprzedaży Polski o 441% wystarczył na awans na czwartą pozycję.

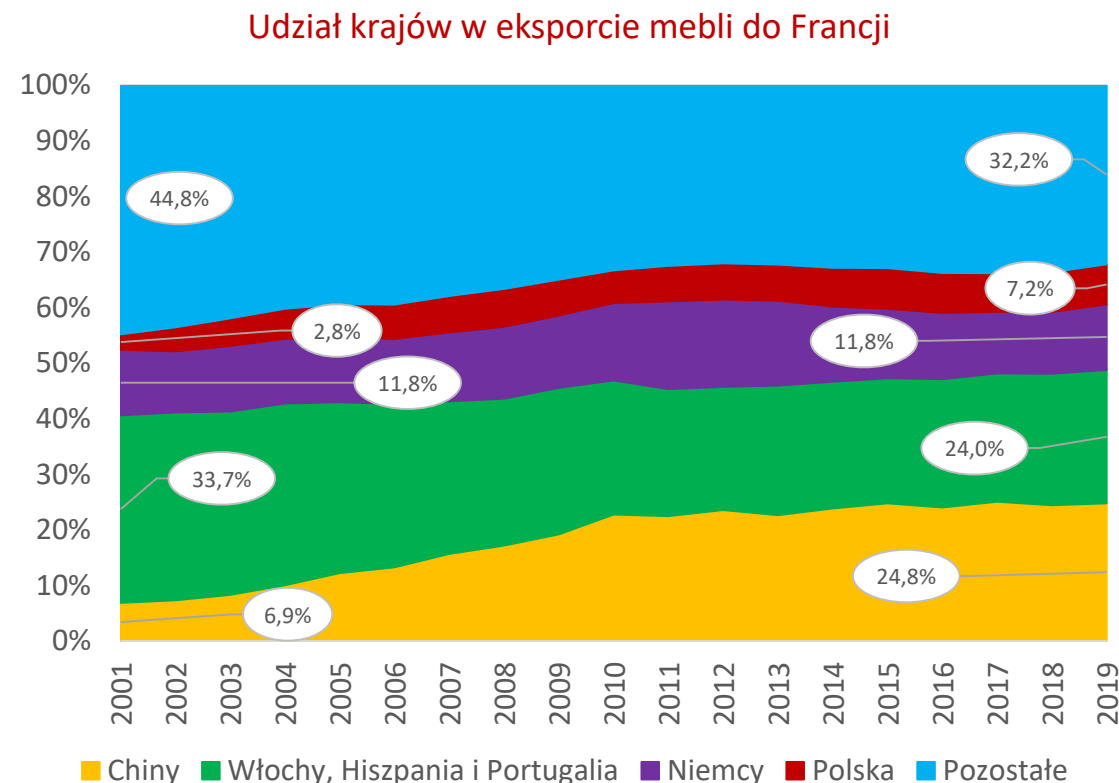
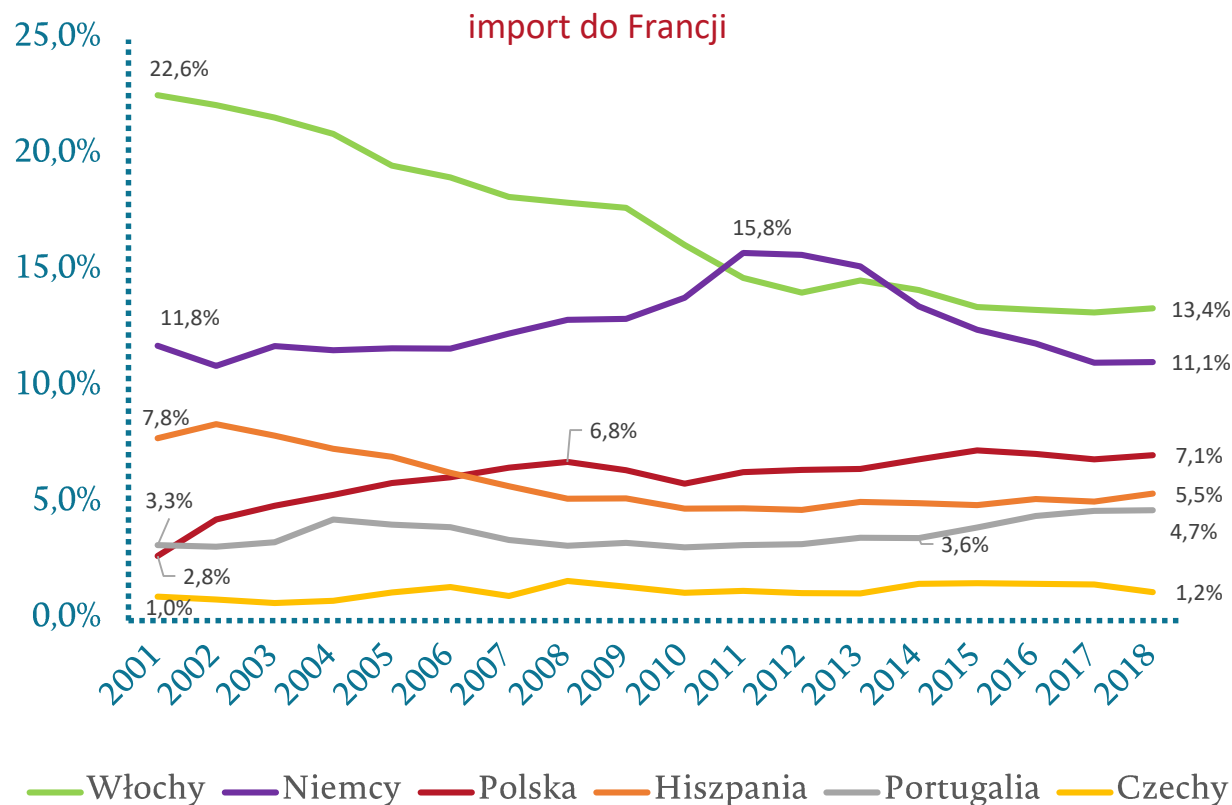


Największy wzrost udziału w eksporcie na rynek francuski odnotowały Chiny i Polska, a największy spadek Włochy i Belgia.



W eksporcie na rynek francuski nastąpiła znacząca koncentracja. Udział sześciu największych państw eksporterów wzrósł z 55,2% w 2001 r. do 67,8% w 2019 r.

Podobnie jak w przypadku Niemiec możemy zaobserwować dynamiczny wzrost udziału Chin w rynku francuskim połączony z obniżeniem udziału Włoch. Nastąpiła zdecydowana koncentracja dostawców na rynek francuski, gdyż udział sześciu wyszczególnionych na wykresie krajów w 2001 r. wynosił 55,2% a w 2019 r. już 67,8%. Polska na drugim rynku importu mebli w UE zwiększyła swój udział z 2,8% do 7,2%.

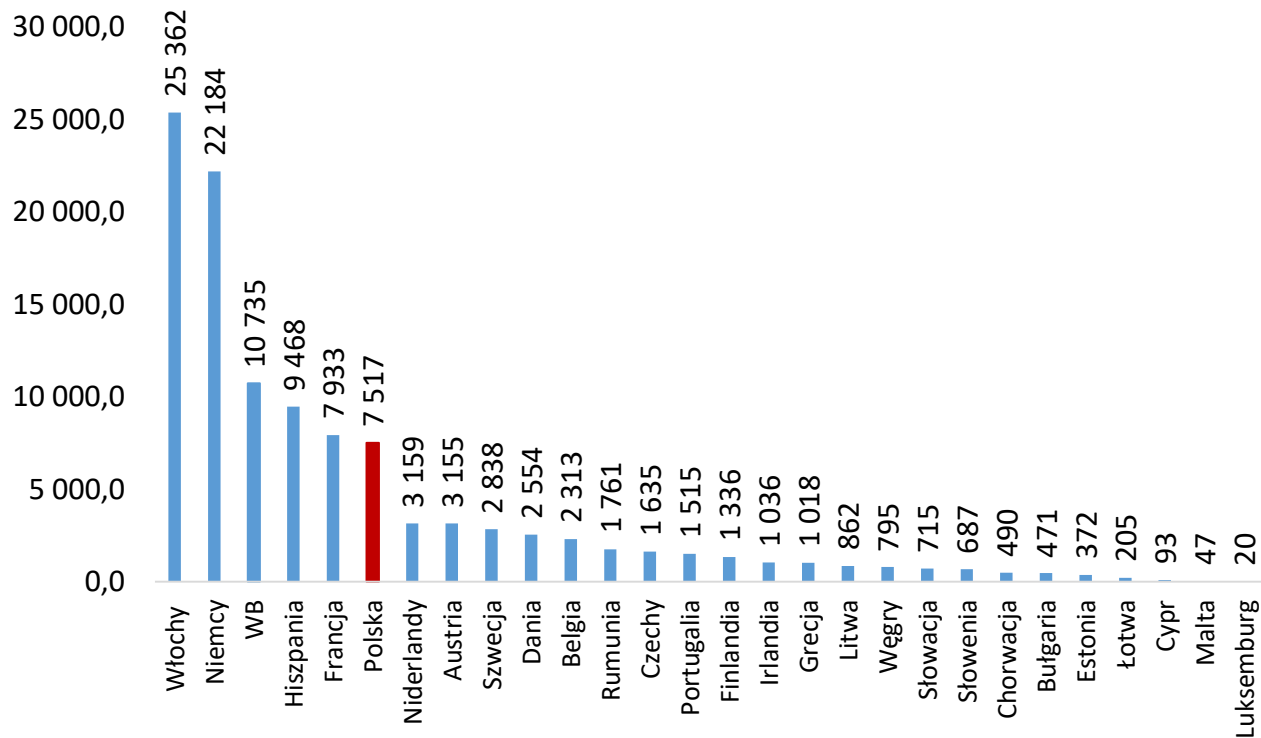


Włochy i Niemcy pozostają największymi producentami mebli w UE. Polska w dekadę z szóstego producenta stała się trzecim.

Wciąż największymi producentami mebli w Unii Europejskiej pozostają Włochy i Niemcy. Widać duży awans Polski jako producenta mebli przy jednoczesnym spadku Hiszpanii.

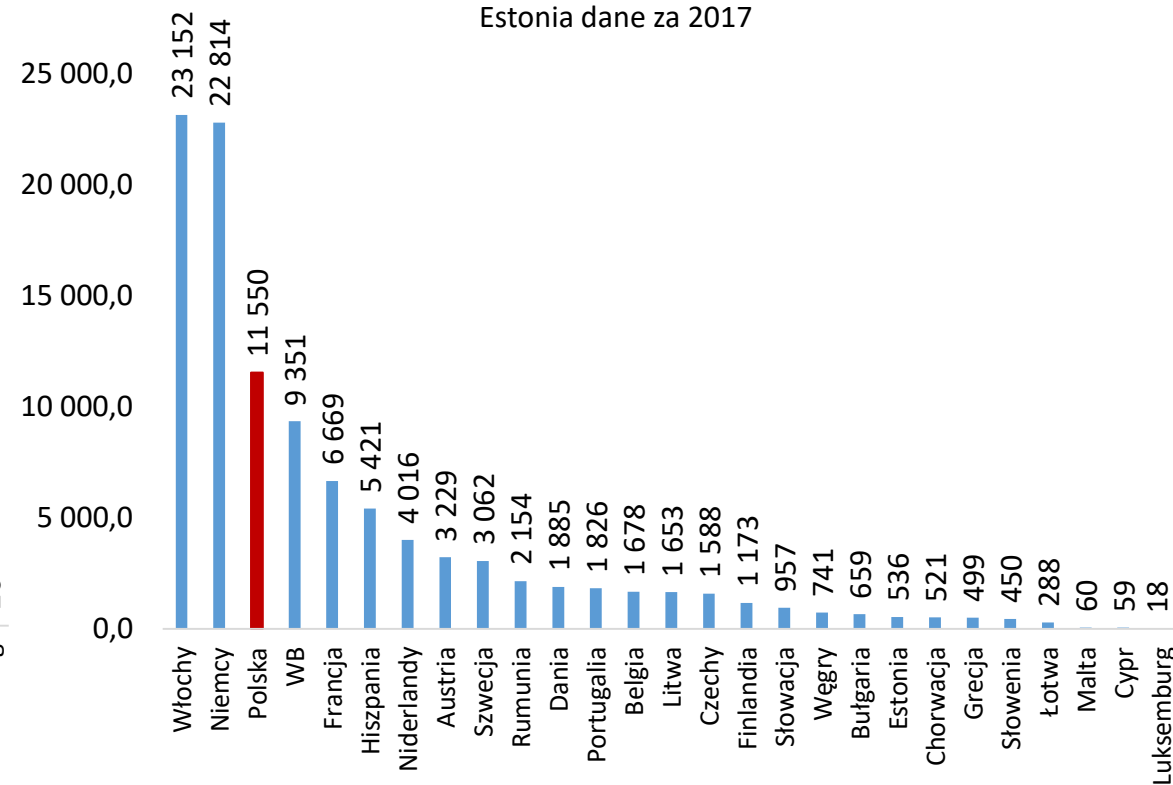
Produkcja mebli w mln EUR w 2008 r.

Niderlandy dane za 2009



Produkcja mebli w mln EUR w 2018 r.

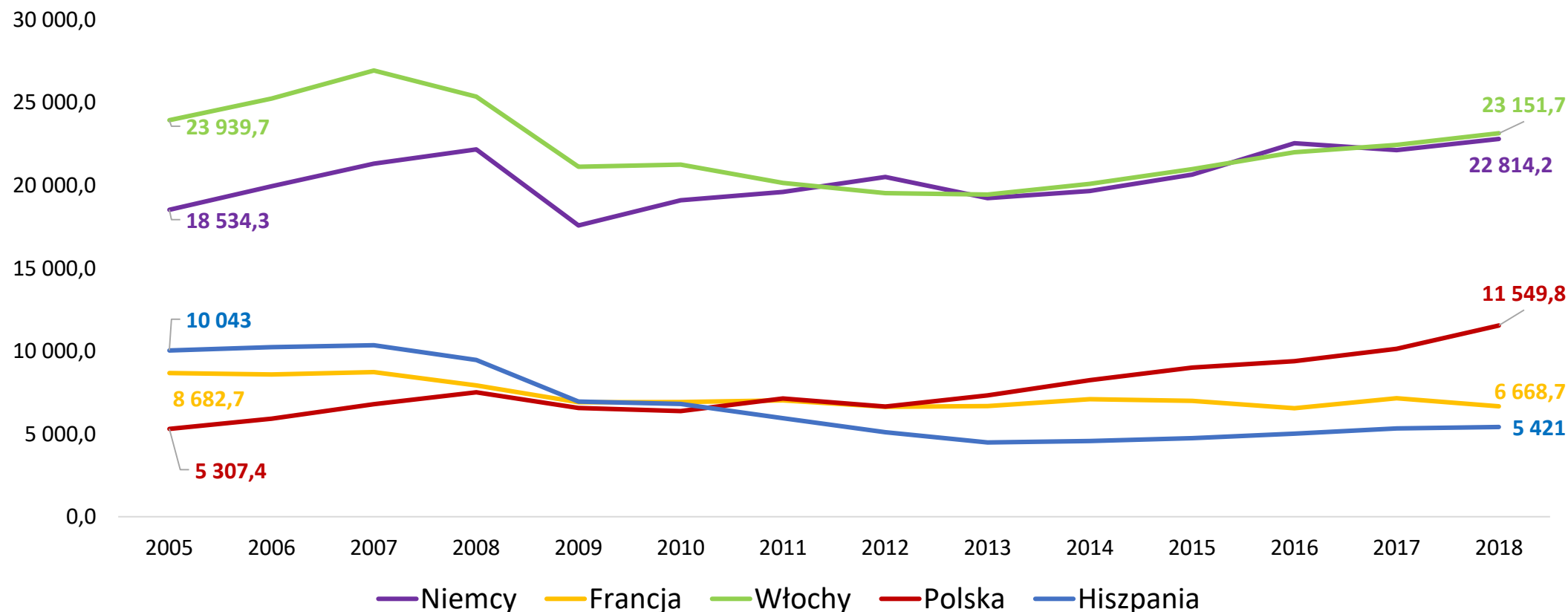
Estonia dane za 2017



Produkcja mebli w rdzeniu i peryferium Unii Europejskiej

Produkcja włoska uległa niewielkiemu spadkowi pomiędzy 2008 a 2018 r. a niemiecka uległa zwiększeniu. Francja jako jeden z największych rynków importujących meble obniżył swoją własną produkcję. Polska wyraźnie zwiększyła swój wolumen produkcji.

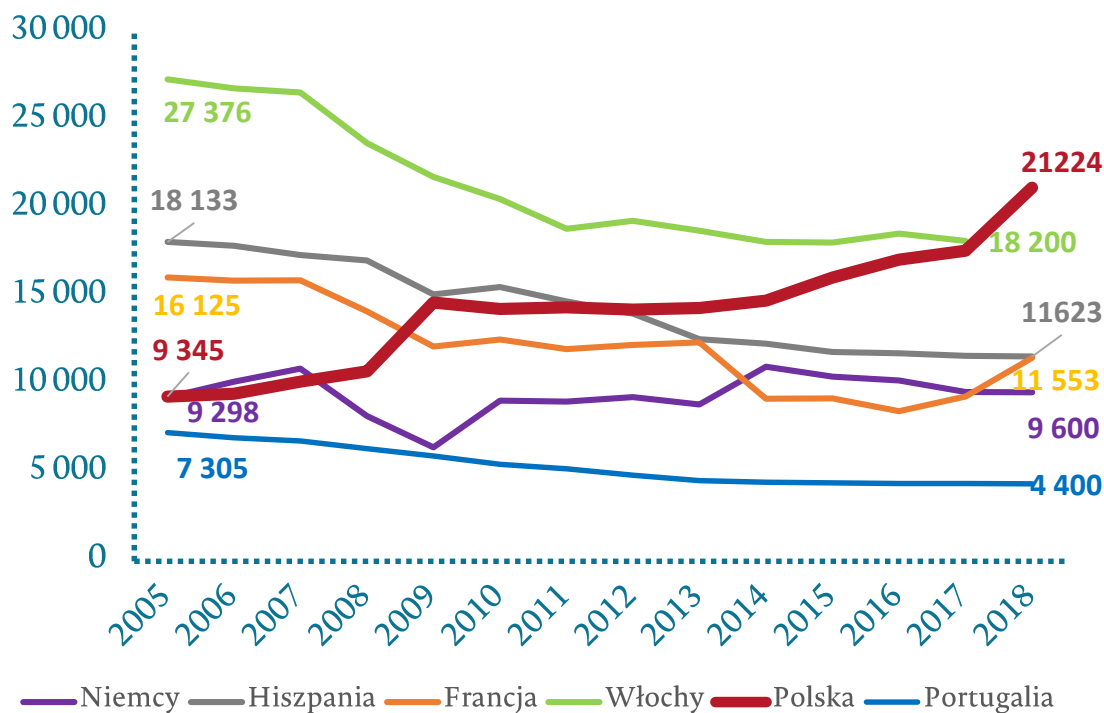
Produkcja mebli w mln EUR



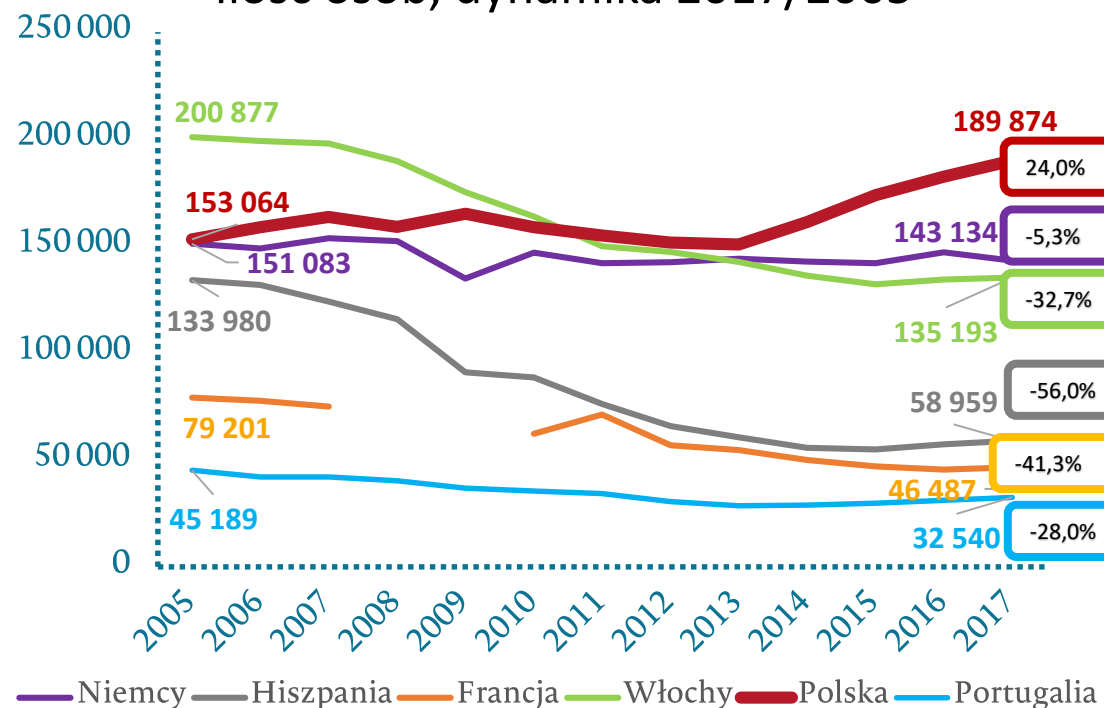
W latach 2005-2018 liczba pracowników w meblarstwie polskim wzrosła o 24%, a spadła w hiszpańskim(-56%), francuskim (-41%), włoskim (-32%) i portugalskim (-28%).

Zarówno liczba firm jak i liczba zatrudnionych w produkcji mebli w Polsce dynamicznie rośnie. Przy wyraźnym spadku liczby firm i zatrudnienia w przypadku Włoch ich poziom produkcji nie uległ wyraźnemu obniżeniu. W przypadku Francji można zaobserwować wzrost liczby firm w ostatnim czasie przy stosunkowo stabilnym zatrudnieniu. Wyraźnie widać spadek liczby firm i zatrudnienia w Hiszpanii, co jest spójne z załamaniem wartości produkcji.

Liczba firm

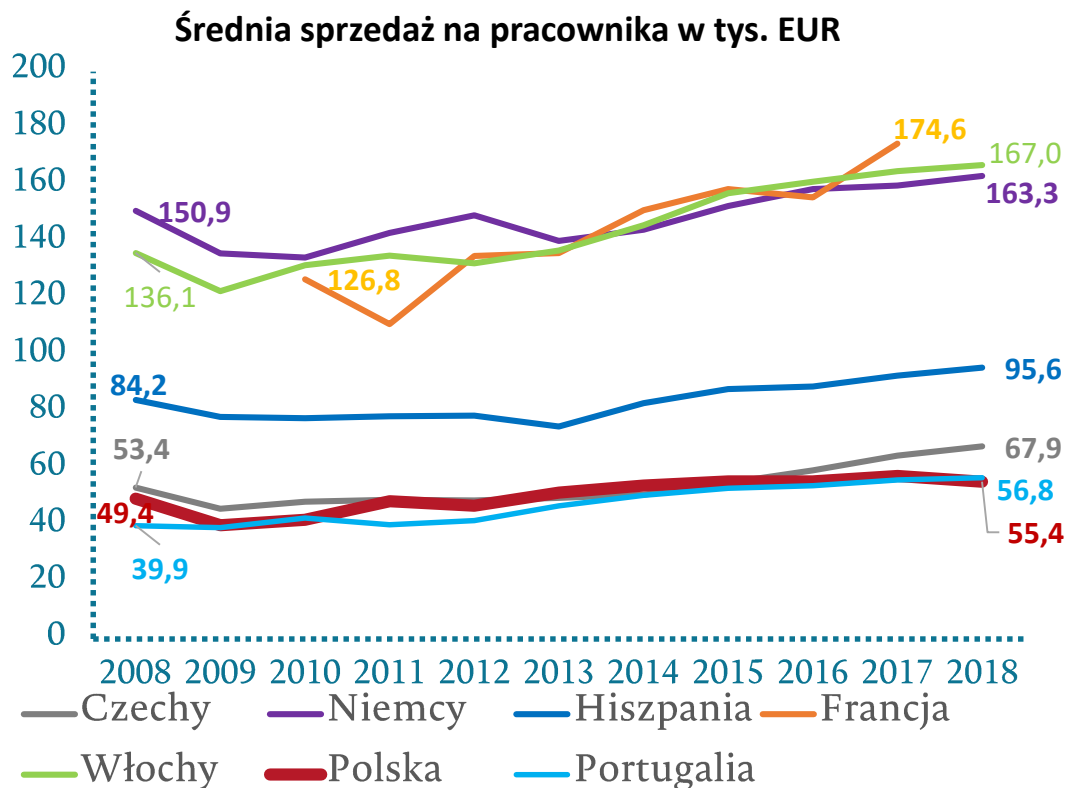


Ilość osób, dynamika 2017/2005

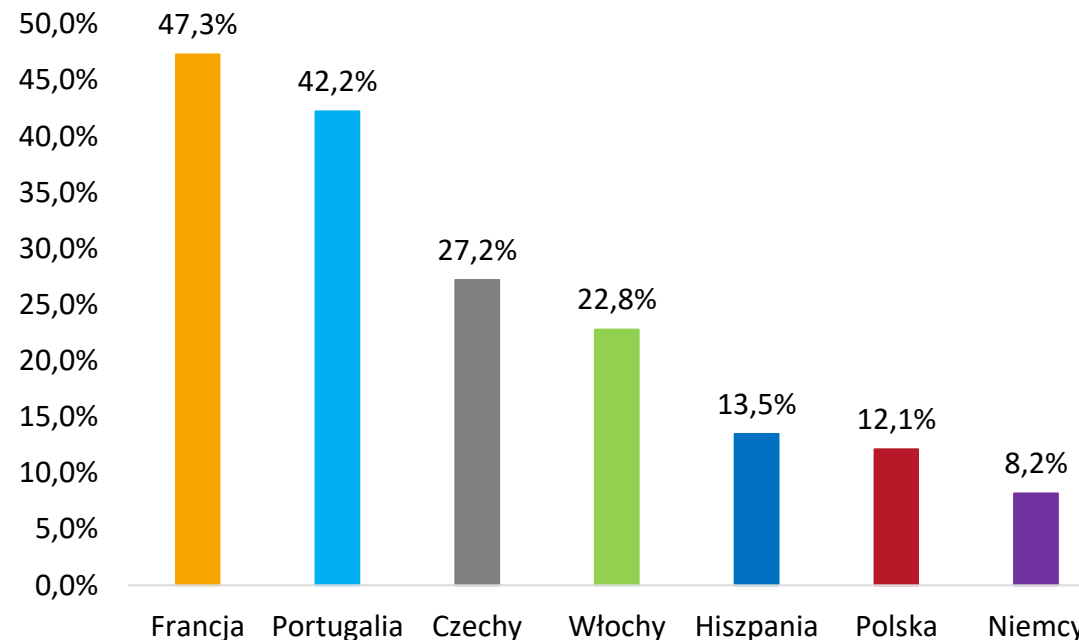


Sprzedaż na pracownika polskiego meblarstwa jest relatywnie niska. Przy zachowaniu dotychczasowej dynamiki ten stan się nie zmieni.

Niemcy, Francja i Włochy posiadają stosunkowo zbliżoną relację sprzedaży do ilości pracowników. Widać wybicie się Francji w ostatnim okresie, co jest spójne ze zwiększeniem sprzedaży przy utrzymaniu zatrudnienia na tym samym poziomie. Hiszpania mimo drastycznego spadku produkcji odbudowuje swoją wydajność po okresie jej obniżenia. Polska branża meblarska utrzymuje swoją wydajność na poziomie Portugalii. Najbardziej znaczącym jest wzrost dynamiki sprzedaży na pracownika we Francji, co świadczy o zdecydowanych krokach branży w tym kraju nakierowanych na poprawę wydajności.

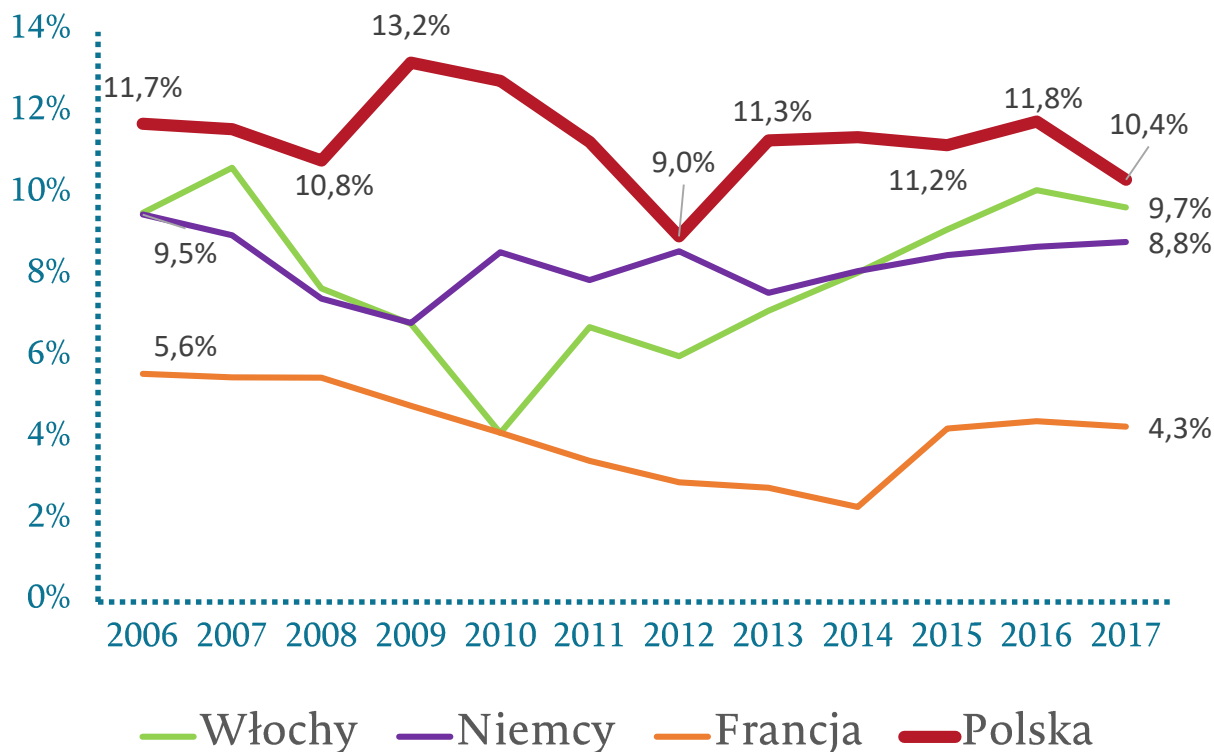


**Dynamika wzrostu sprzedaży na pracownika
pomiędzy 2018 r. a 2008 r.
dla Francji pomiędzy 2017 r. a 2010 r.**

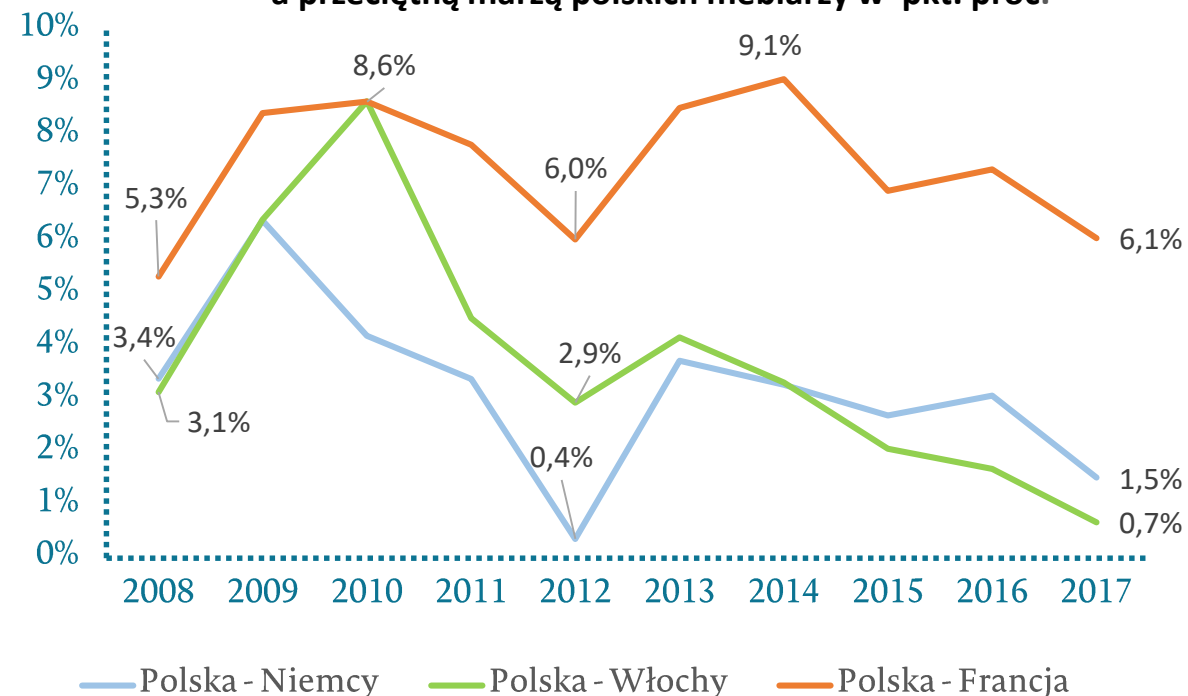


Choć sprzedaż na pracownika jest w Polsce niska to dzięki różnicy płac zyskowność polskich firm jest wysoka.

Marża operacyjna brutto / przychody branży

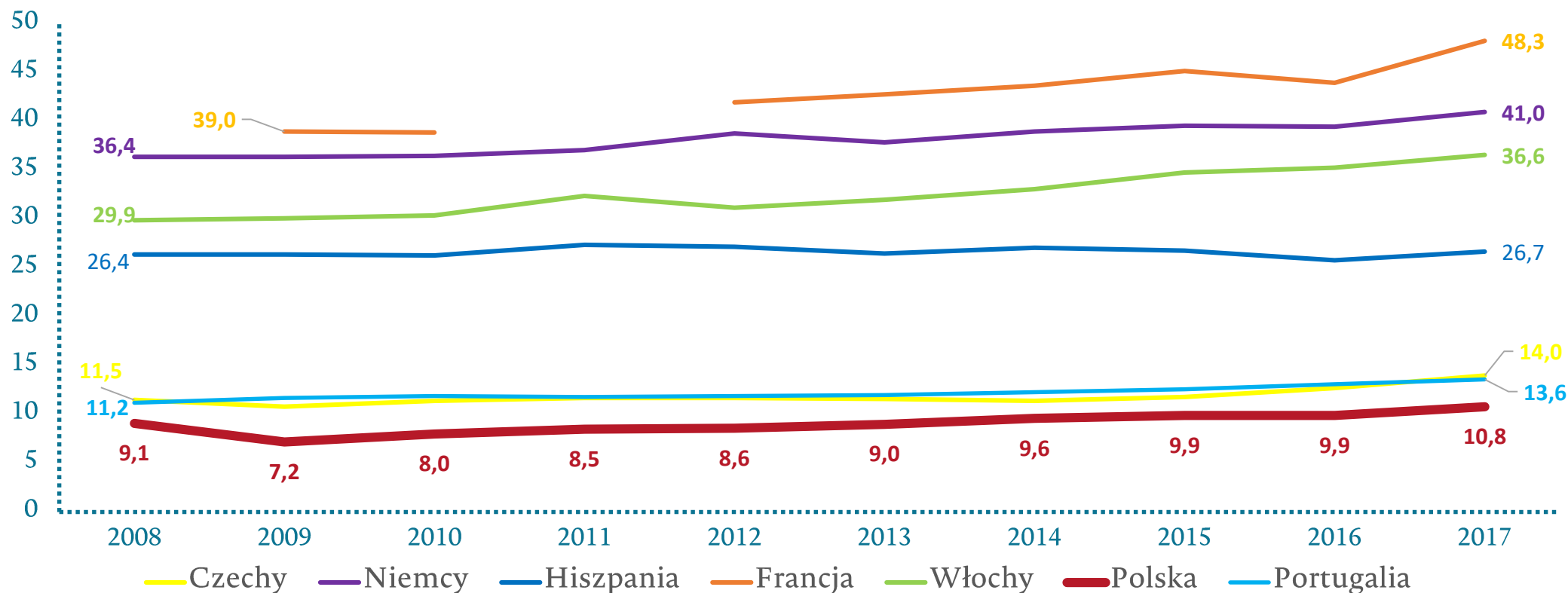


Różnica pomiędzy przeciętną marżą zagranicznych konkurentów a przeciętną marżą polskich meblarzy w pkt. proc.



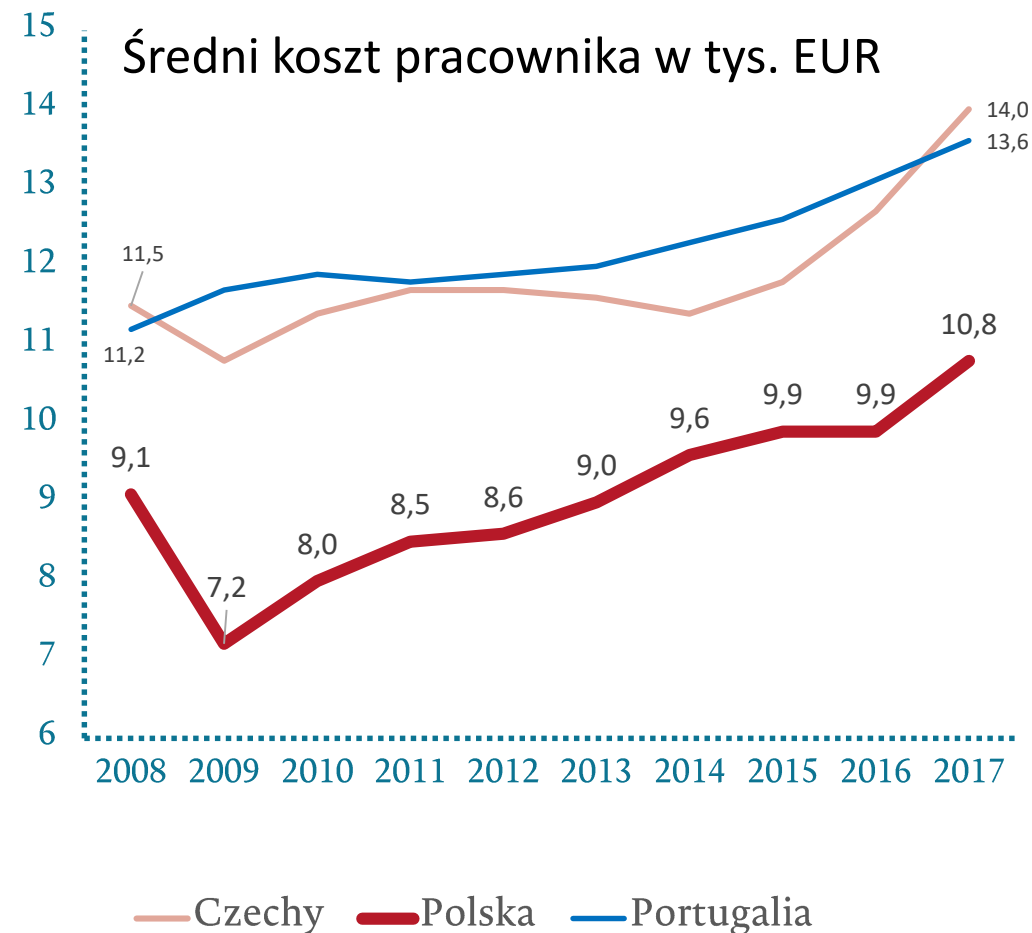
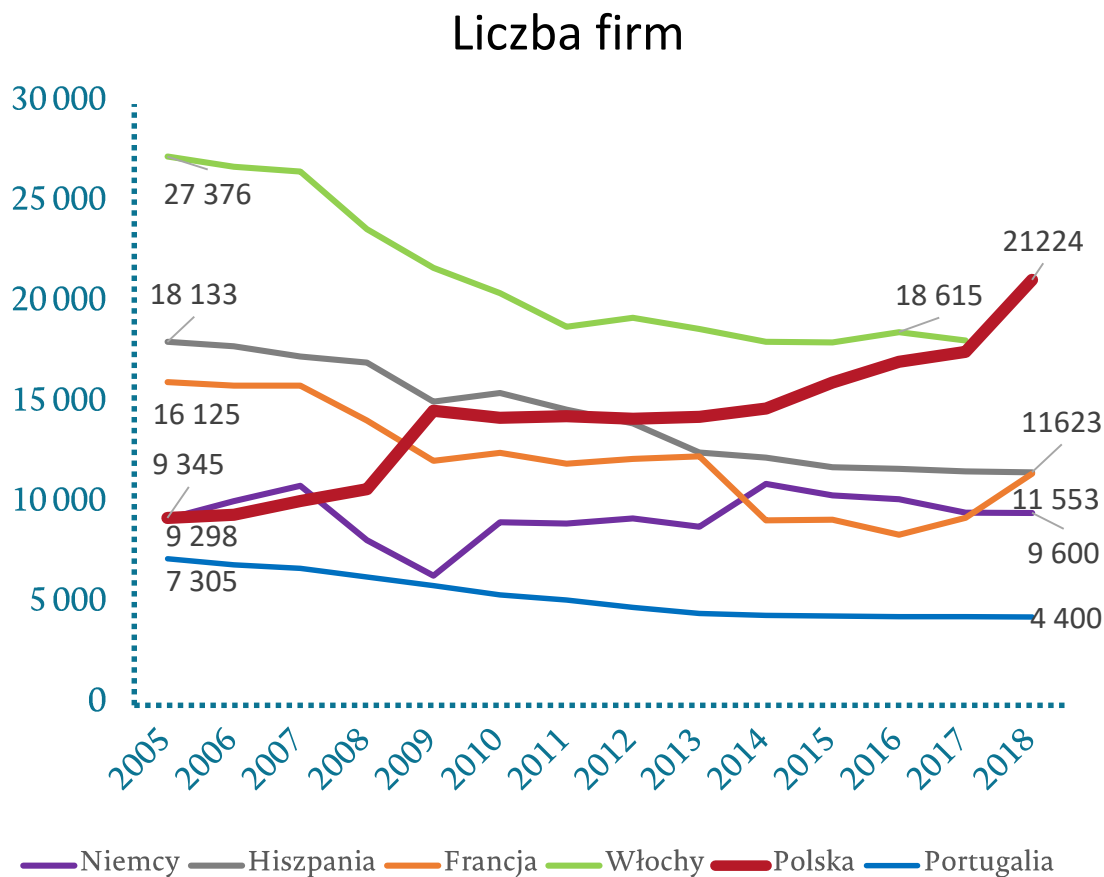
Niższy przeciętny koszt pracownika cały czas daje polskim firmom przewagę.

Polską przewagą nad konkurentami w Unii Europejskiej była dotychczas tania siła robocza. Mimo tego, iż w Polsce w ostatnich latach koszty pracownika znacząco wzrosły to jednak nie wpłynęło to znacząco na naszą dotychczasową przewagę, gdyż w pozostałych krajach płace również rosną. Relacja kosztu pracownika w innych krajach znajdujących się na poniższych wykresach do kosztu w Polsce pomiędzy 2008 a 2017 r. nie zmieniła się o więcej niż 5%. Wyjątkiem jest Hiszpania gdyż przewaga ta zmalała o prawie 16%.



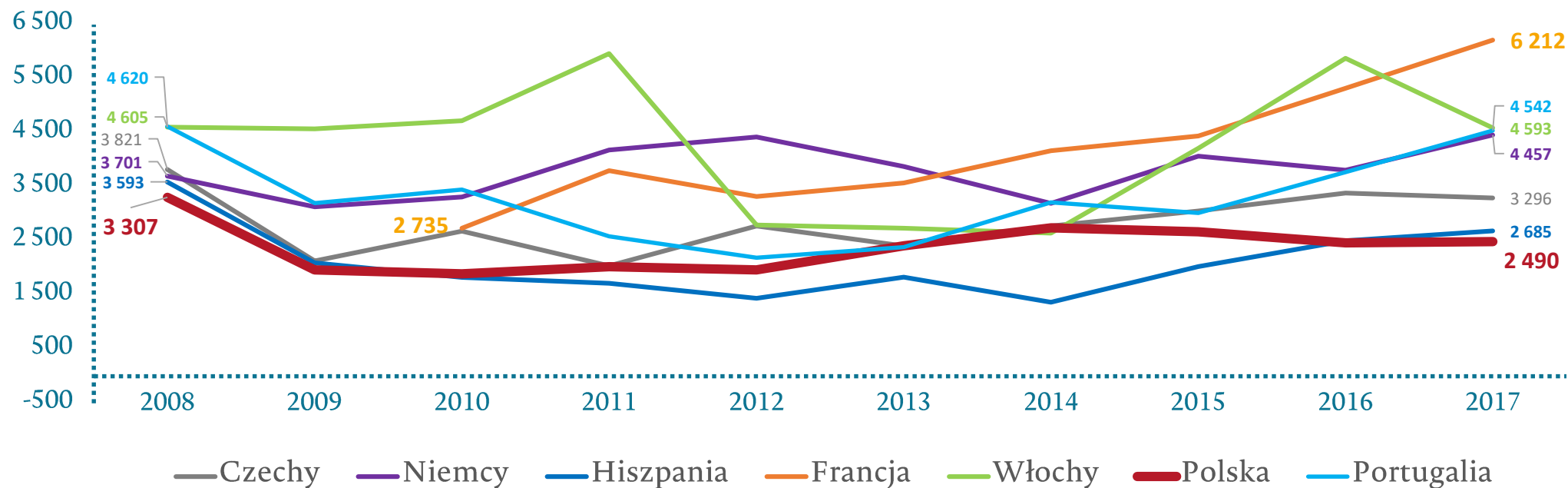
Po kryzysie roku 2008 polscy meblarze bronili się przed zawirowaniami rynku optymalizacją kosztów pracy.

W latach 2008-2009 w polskim meblarstwie doszło do wzrostu liczby firm i spadku kosztu na pracownika.



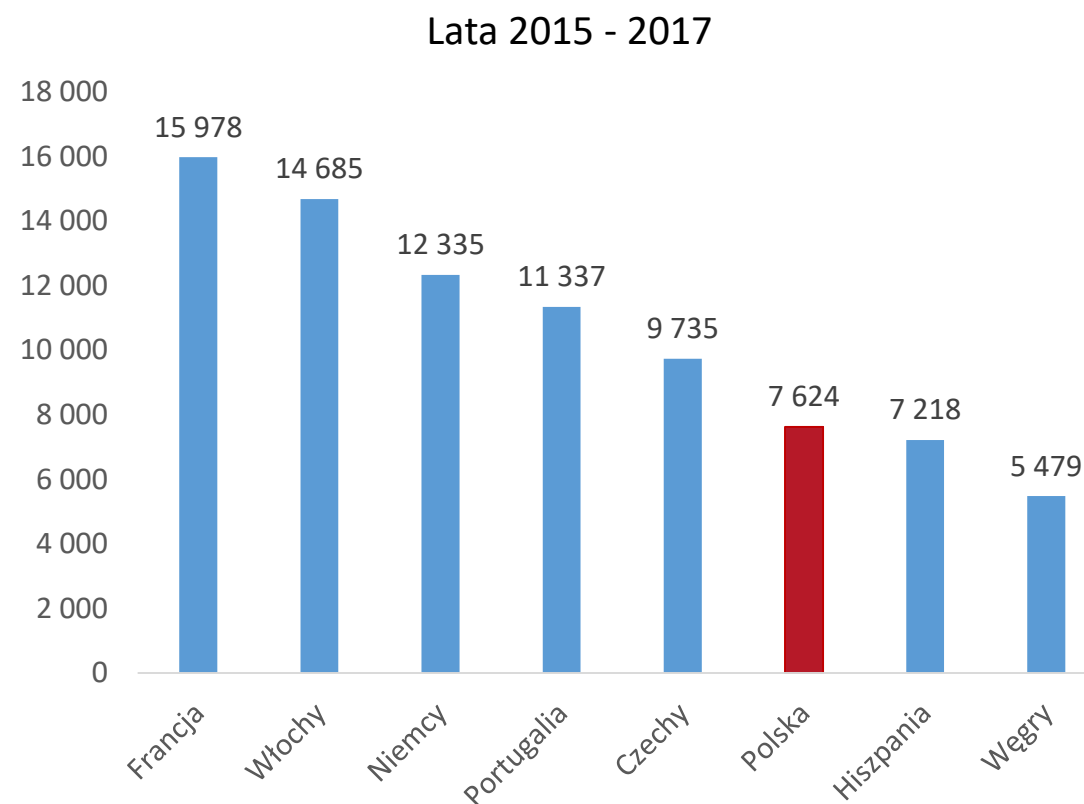
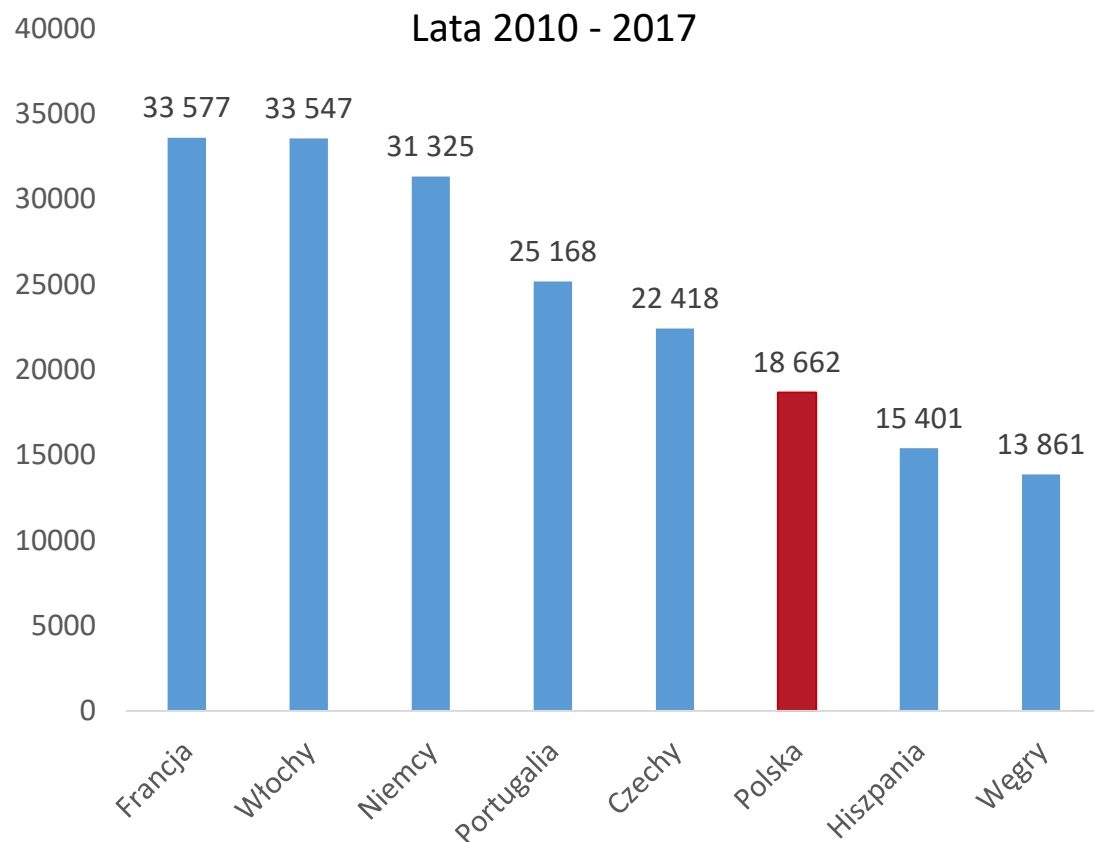
Polski sektor meblarski inwestuje w przeliczeniu na głowę pracownika najmniej w Unii wśród ważnych krajów dla tej branży.

- Nakłady na środki trwałe na głowę pracownika rosną od kilku lat w większości państw Unii Europejskiej.
- Największy poziom odnotowała Francja zwiększając nakłady z 2.725 EUR na pracownika w 2010 r. do 6.212 EUR na pracownika w 2017.
- Nawet Hiszpania, która w latach 2011-2015 inwestowała mniej niż Polska zwiększyła swoje nakłady inwestycyjne ponad poziom Polski.

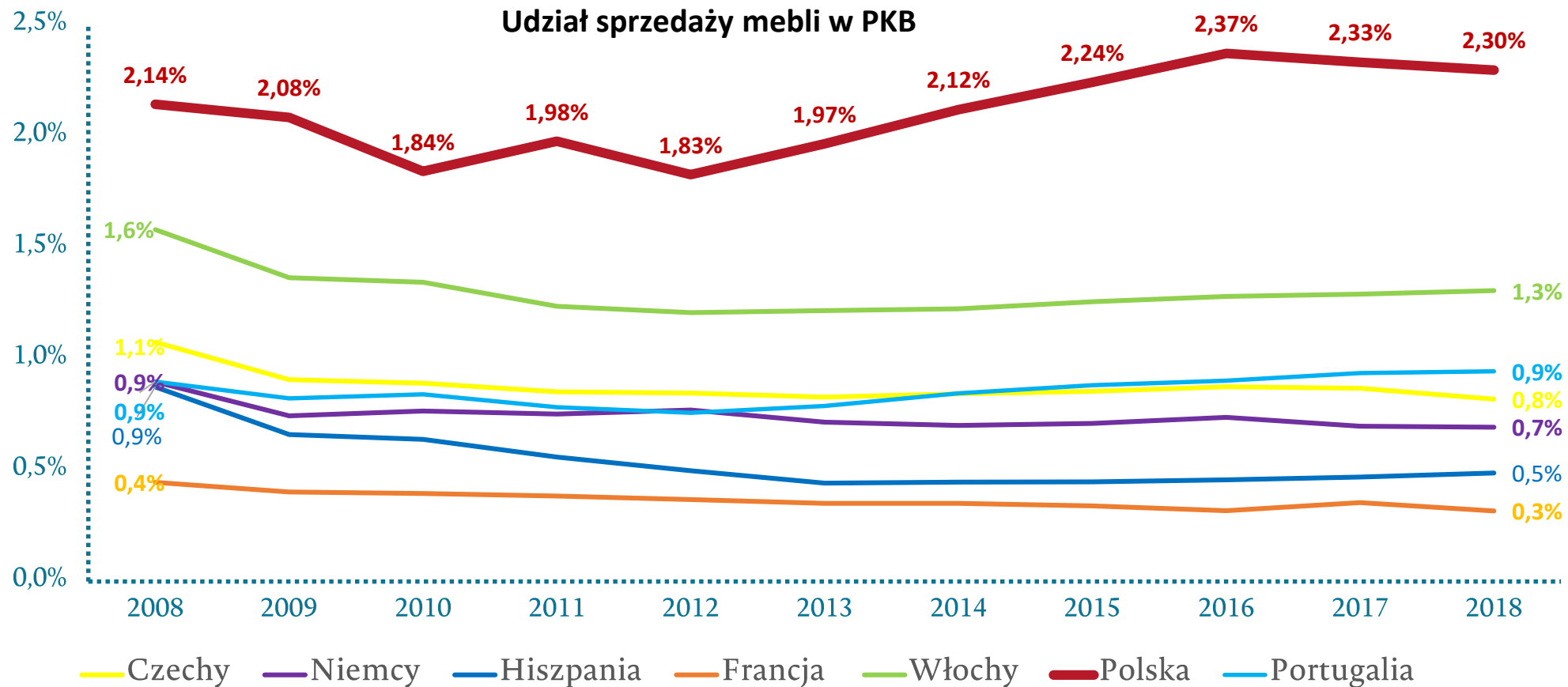


Suma inwestycji na pracownika w latach 2010 – 2017 oraz w latach 2015- 2017

Polska branża meblarska na głowę pracownika inwestuje o połowę mniej niż państwa, które inwestuje najwięcej.



Meblarstwo jest ważniejsze dla polskiej gospodarki, niż u innych wiodących producentów mebli w UE.



Źródło: Eurostat



Polska jest drugim największym eksporterem netto mebli na świecie

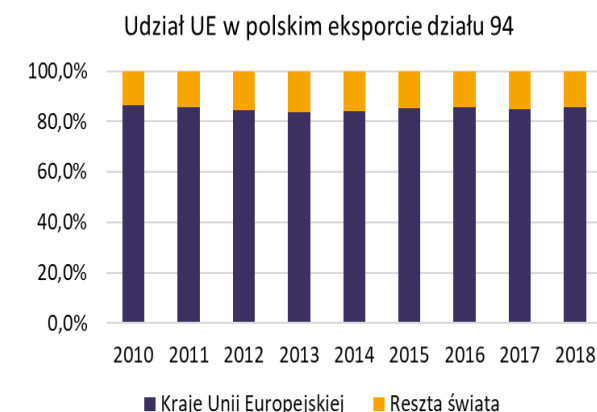
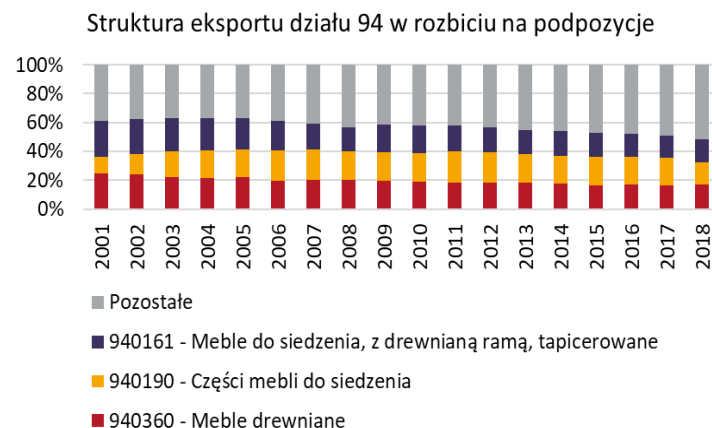
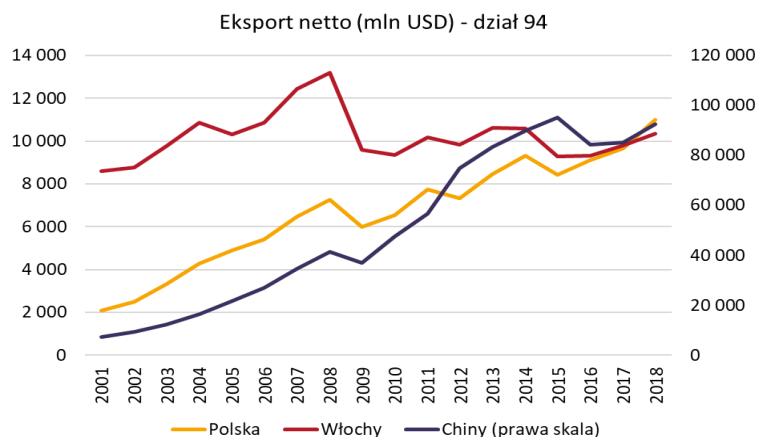
Wartość polskiego eksportu netto (eksportu pomniejszonego o import) wyniosła na koniec 2018 r. 10.992 mln USD. Na pierwszym miejscu znalazły się Chiny (92.446 mln USD), a na trzecim Włochy (10.349 mln USD). Pod względem nominalnej wielkości eksportu jesteśmy na trzecim miejscu na świecie, za Chinami i Niemcami.

Głównymi towarami w eksporcie mebli są:

- Meble drewniane
- Części mebli do siedzenia
- Meble do siedzenia, z drewnianą ramą, tapicerowane

Te trzy podpozycje odpowiadały w 2018 r. za 48,0% eksportu działu 94. Warto zwrócić uwagę, że koncentracja eksportu działu 94 zmniejsza się - jeszcze w 2001 roku wymienione wyżej podpozycje stanowiły prawie 61% eksportu.

Głównymi odbiorcami mebli z Polski są kraje Unii Europejskiej, do których trafia ponad 85,5% naszego eksportu.



Relatywna przewaga eksportowa – wskaźnik sygnalizujący przewagę w eksporcie danego towaru

Udział kraju w światowym eksporcie danego towaru podzielony przez udział tego kraju w światowym eksporcie ogółem może stanowić przybliżoną miarę względnej przewagi gospodarki w eksporcie danej grupy towarowej.

Gdy wskaźnik przekroczy jeden to sygnalizuje, że udział Polski w światowym eksporcie danego towaru jest większy od udziału Polski w światowym eksporcie ogółem. Sugeruje istnienie względnej przewagi eksportowej.

Wskaźnik powstaje w wyniku wyliczenia wzoru:

$$RCA_i = \frac{X_{ji}}{X_{j,\text{świat}}}, \text{ gdzie:}$$

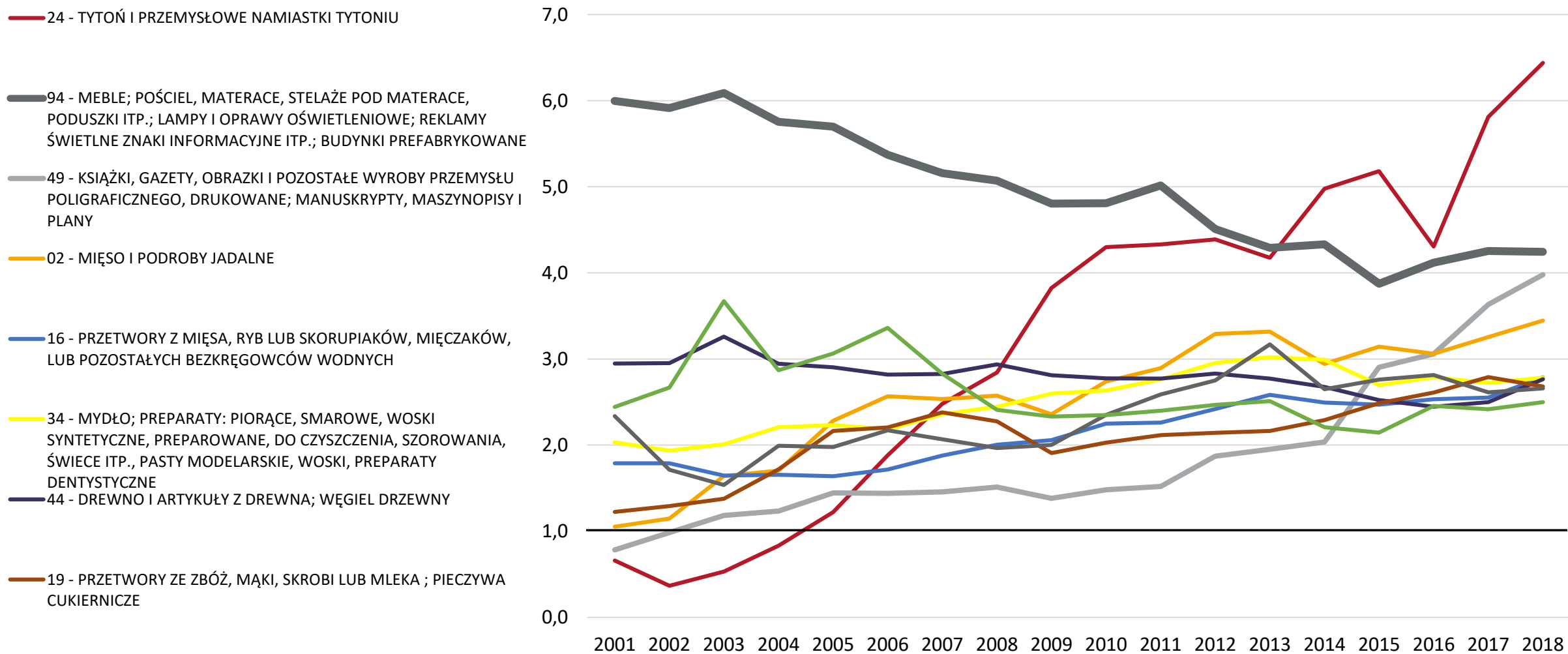
RCA_i – relatywna przewaga w eksporcie dobra i ,

X_{ji} – udział kraju j w światowym eksporcie dobra i (w naszym przypadku Polska),

$X_{j,\text{świat}}$ – udział kraju j w światowym eksporcie ogółem.



Relatywna przewaga w eksporcie mebli nadal jest wysoka, lecz systematycznie spada.



Dla polskich przedsiębiorców, którzy planują wejść na zagraniczne rynki ze swoimi produktami i usługami, pomocą służy Polska Agencja Inwestycji i Handlu, m.in. poprzez sieć Zagranicznych Biur Handlu (ZBH) - przedstawicielstw, których zadaniem jest wspieranie eksportu oraz inwestycji polskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych, jak również przyciąganie inwestorów do Polski. Docelowo powstać ma 70 Biur, w krajach o największym potencjale rozwojowym dla polskich firm.



PAiH prowadzi również Branżowe Programy Promocji, które umożliwiają przedsiębiorcom ekspansję na nowe, perspektywiczne rynki pozaunijne, często odległe i kosztowne, których ze względu na istniejące ryzyko i koszty przedsiębiorcy dotąd nie brali pod uwagę w swoich planach eksportowych. Myśląc o ekspansji zagranicznej warto również zapoznać się z ofertą Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych (KUKE). Rozwiązania oferowane przez KUKE pozwalają eksporterowi skutecznie zabezpieczyć się przed ryzykiem nieotrzymania płatności za dostarczony towar lub wykonaną usługę, a także uzyskać finansowanie w drodze faktoringu.

