

## EKSPORT MEBLI

Za „Przemysłem Drzewnym”, nr 5 z maja 1979 r. przedstawiam artykuł S. Buchalskiego omawiający stan obecny i przyszłość eksportu wyrobów przemysłu meblarskiego z nadzieją, że te rozległe plany nie utrudnią nam zakupu wymarzonego regału czy mebli kuchennych.

„Rozpoczynając działalność kilkanaście lat temu, eksport polskich mebli musiał pokonać liczne bariery, z których najważniejsze to słaby wówczas rozwój własnej bazy techniczno-technologicznej oraz przemysłów skoooperowanych, jak również konieczność pokonania przeszkód natury polityczno-gospodarczej (cła, limity). Nic więc dziwnego, że lata pięćdziesiąte nie przyniosły wyraźniejszych osiągnięć, a wielkość eksportu mebli do krajów kapitalistycznych, wyłączając meble gięte, oscylowała w granicach do 12—14 mln zł dewizowych, a łącznie z meblami giętymi 30—34 mln zł dewizowych rocznie.

Prognozy z roku 1970 przewidywały następujący rozwój eksportu do krajów kapitalistycznych: w 1975 roku — 67 do 84 mln zł dewizowych, w 1980 roku — 168 do 201 mln zł dewizowych, w 1985 roku — 268 do 336 mln zł dewizowych. Prognozy te wówczas, tj. w roku, w którym eksport mebli z Polski do krajów kapitalistycznych wynosił zaledwie trzydzieści kilka milionów złotych dewizowych łącznie z meblami giętymi, spotykały się z dużą krytyką i niedowierzaniem co do ich realności. Nikt bowiem nie wierzył, aby zaledwie w ciągu pięciu lat eksport mógł wzrosnąć dwukrotnie, a w okresie dziesięciu lat (1980) czterokrotnie. Życie jednak potwierdziło słuszność przewidywań, bowiem eksport mebli w 1975 roku wyniósł 115 mln zł dewizowych, natomiast według planu na 1980 r. wartość eksportu mebli do krajów kapitalistycznych wyniesie około 270 mln zł dewizowych (...).

Inaczej przedstawiają się możliwości lokacyjne dla polskiego eksportu mebli do krajów socjalistycznych ze względu na daleko posuniętą stabilizację podstawowych proporcji rozwoju wzajemnej wymiany. Obowiązuje tu także nadrzędna zasada równoważenia bilansów płatniczych w bilateralnych umowach handlowych. Tak więc w tym obszarze wartość eksportu w 1975 r. wyniosła 208 mln zł dewizowych, zaś przewidywany plan na 1980 r. wynosi około 270 mln zł dewizowych (...).

Analizując strukturę geograficzną eksportu polskich mebli można zauważyć dominującą rolę w eksporcie mebli do krajów skandynawskich, a konkretnie do Szwecji, która z 20% w 1961 roku zwiększyła swój udział w ciągu dziesięciu lat do 44% (1970 r.). Dopiero w dalszych latach nastąpiło pewne zmniejszenie, i tak np. w 1978 roku udział ten zmniejszył się do 40% i przewiduje się dalszy jego spadek, co jest wynikiem wysyłania polskich mebli na coraz to nowe rynki, szczególnie zachodnioeuropejskie i to takie, które dotychczas nie importowały w ogóle naszych mebli. Do krajów takich zaliczyć należy: Włochy, Islandię czy Hiszpanię. Z krajów zamorskich, poza tradycyjnymi odbiorcami mebli giętych, można wymienić nowych odbiorców, a mianowicie Japonię, Argentynę i kraje arabskie, wśród których na uwagę zasługuje Sudan, Iran, Egipt i Tunezja. Eksport do tych państw jest na razie niewielki, ale w przyszłych latach rola ich się zwiększy (...).

Inaczej kształtuje się struktura geograficzna eksportu mebli do krajów socjali-

stycznych, wśród których od dziesiątków lat pierwsze miejsce zajmuje Związek Radziecki. Jego udział w eksporcie mebli ciągle oscyluje w granicach 90% i nie wskazuje na to, aby sytuacja ta uległa zmianie. Pozostali importerzy polskich mebli z grupy krajów socjalistycznych to Węgierska Republika Ludowa i Czechosłowacja, których udział w eksporcie z Polski nie przekraczał i nadal nie przekracza 4—8% (...).

O ile do niedawna główną grupę eksportową, obok mebli giętych, stanowiły meble lakierowane, co wynikało z chwilowej mody, zwanej „kolorową falą”, o tyle obecnie eksportowany asortyment ma trwalsze podstawy, gdyż opiera się głównie na trwającym od szeregu lat zastosowaniu drewna naturalnego, a produkcja mebli opiera się na surowcu rodzimym. Chodzi o meble z litego drewna sosnowego i dębowego...

Nadal pozostają poza zasięgiem polskiego eksportu meble tapicerowane, kuchenne i ogrodnicze. Duży jednak udział tych grup, zwłaszcza tapicerowanych i kuchennych, w ogólnym obrocie pozwala rokować nadzieję, że również polski przemysł meblarski przejmie w tym kierunku inicjatywę (...).

Meble kuchenne stanowią najtrudniejszą grupę mebli eksportowanych na rynki krajów kapitalistycznych. Silna konkurencja, dysponująca bardzo szerokim wachlarzem materiałów wykończeniowych i akcesoriów oraz różnorodnym, bardzo przemyślanym, a przy tym praktycznym sprzętem uzupełniającym, będzie trudna do pokonania. Jedynie wyraźna poprawa jakości krajowych płyt laminowanych oraz jakości i atrakcyjności akcesoriów pozwoli na podjęcie akwizycji tej grupy mebli (...).

Zakrojona na szeroką skalę akwizycja niezbędna do utrzymania i zwiększenia dynamiki eksportu wymagać będzie nowych rozwiązań organizacyjnych. W tym celu przewiduje się powołanie zespołów akwizycyjno-projektowych, składających się z przedstawicieli projektanta i producenta mebli, przedstawicieli CHZ „Paged” i agenta danego rynku (...).

Spośród 33 przedsiębiorstw meblarskich przemysłu kluczowego, podlegających Zjednoczeniu Przemysłu Meblarskiego, 28 z nich zaliczono do eksporterów do krajów II obszaru, czyli krajów kapitalistycznych czterech kontynentów. Trzy z nich, a mianowicie Zakłady Przemysłu Meblarskiego w Radomsku, Wielkopolskie Fabryki Mebli i Fabryki Mebli Giętych w Jasienicy wysyłają meble o wartości ponad 20 mln złotych dewizowych rocznie każde. Następne pięć przedsiębiorstw wysyła meble o wartości po 10 do 20 mln zł dewizowych rocznie (1978), a mianowicie: Swarzędzkie Fabryki Mebli, Gościńska Fabryka Mebli, Zielonogórskie Fabryki Mebli, Opolskie Fabryki Mebli i Bydgoskie Fabryki Mebli. Pozostałe nie wymienione przedsiębiorstwa zbliżają się swymi obrotami od 4 do 7 mln złotych dewizowych i stanowią potencjalną rezerwę umożliwiającą ekspansję na rynki zagraniczne w najbliższych latach.

Dla realizacji założonych wielkości na poszczególne lata, elementem o pierwszorzędym znaczeniu dla producenta i dostawcy jest problem elastycznego dostosowania się do zmian gustów poszczególnych nabywców, przy równoczesnym stworzeniu możliwości zmian wielkości i struktury podaży (...).