

ZUZANNA KACZOROWSKA, IWONA STANIEC

**Katedra Zarządzania
Politechnika Łódzka**

NINA SZCZYGIEŁ

**GOVCOPP, Department of Economics, Management
Industrial Engineering and Tourism
University of Aveiro**

ANALIZA RYNKU MEBLARSKIEGO

Analiza rynku umożliwia weryfikację potencjału tkwiącego w danym segmencie. Co więcej, pomaga zdobyć przewagę nad konkurencją oraz wzmocnić dotychczasową pozycję na rynku. Dzięki temu przedsiębiorstwo może właściwie ukierunkować swoje działania.

Niniejszy artykuł został opracowany na podstawie danych GUS i zawiera analizę uwarunkowań branżowych dla przedsiębiorstw z branży meblarskiej. Analizie poddano m.in. wielkość eksportu, wielkość produkcji mebli w Polsce, przychód netto itd.

Słowa kluczowe: rynek meblarski, analiza, potencjał, konkurencja, uwarunkowania, import, eksport, produkcja.

1. Wprowadzenie

Dogłębna analiza rynku, na którym będzie funkcjonować lub funkcjonuje dane przedsiębiorstwo, umożliwia odniesienie sukcesu. Dostarcza ona bowiem wielu cennych informacji na temat danego sektora. Analiza poszczególnych segmentów rynku pozwala skierować dany produkt lub usługę do konkretnych nabywców, rozróżniając przy tym indywidualne potrzeby oraz upodobania. Co więcej, przedsiębiorstwo może właściwie dostosować działania marketingowe, dzięki czemu osiągnie przewagę konkurencyjną oraz efektywnie wykorzysta posiadane zasoby. Celem analizy rynku jest znalezienie relacji między poszczególnymi podmiotami i ich cechami, a produktami znajdującymi się na rynku [17, s. 157].

Celem niniejszej pracy jest określenie uwarunkowań branżowych dla przedsiębiorstwa zajmującego się produkcją mebli. Analiza rynku i konkurencji jest wykonywana indywidualnie dla każdej firmy, różni się ona w zależności od specyfiki

danej branży, zakresu prowadzonej działalności, czy też posiadanej pozycji na rynku. Analiza ta umożliwi przedsiębiorstwu utrzymać dotychczasową pozycję na rynku oraz zdobyć przewagę nad konkurencją.

2. Analiza rynku meblarskiego

2.1. Uwarunkowania branży meblarskiej

Gospodarka narodowa dzieli się na trzy sektory: rolniczy, przemysłowy i usługowy. Podział ten umożliwia obserwację zmian zachodzących w gospodarce oraz jej rozwój, co jest widoczne w zmieniającej się strukturze zatrudnienia w poszczególnych segmentach [13, s. 131]. Jednakże, trójsektorowy podział nie odzwierciedla współcześnie zachodzących zmian gospodarczych, dlatego stosuje się klasyfikacje uwzględniające nowoczesne gałęzie przemysłu. Przeważnie strukturę gospodarki analizuje się przy podziale branżowym [12, s. 283].

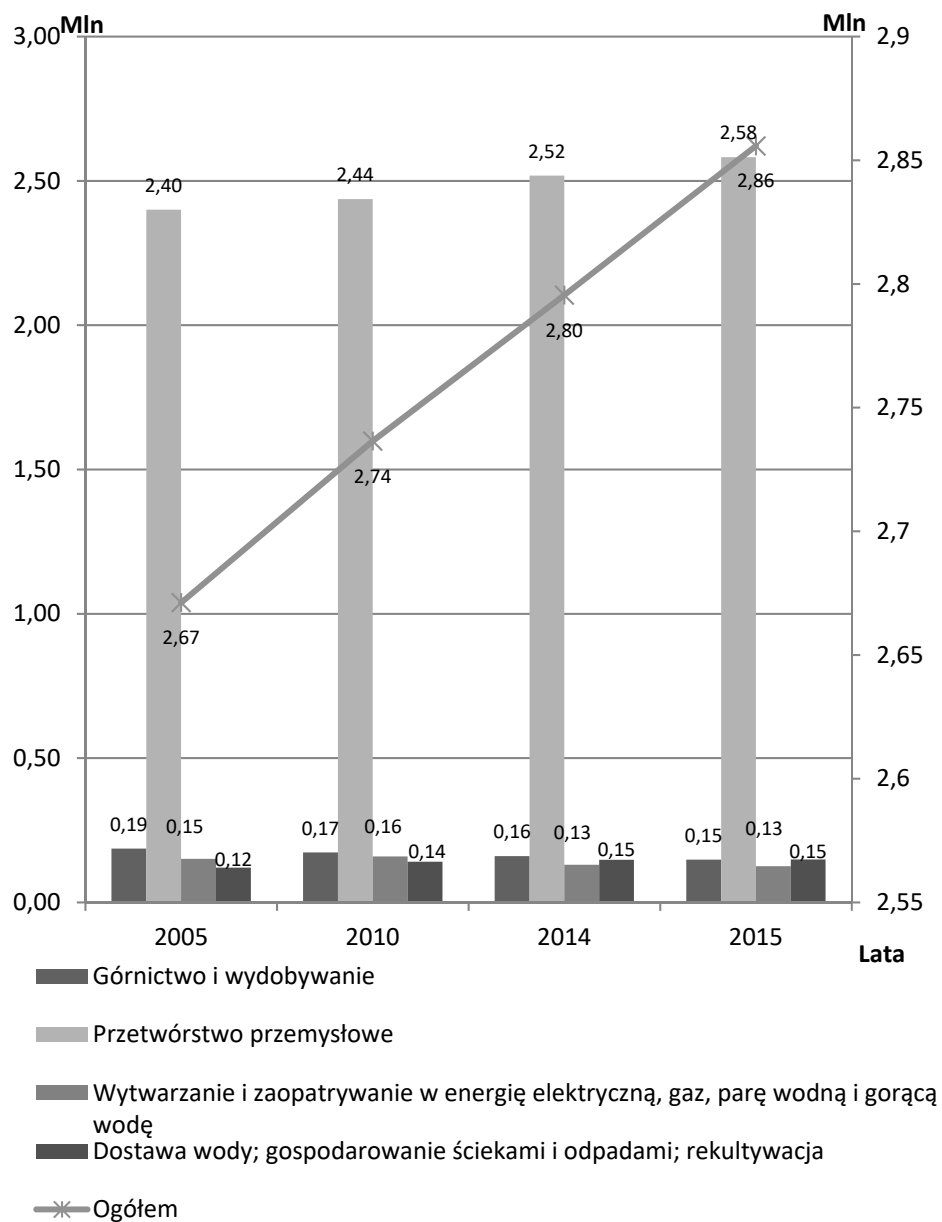
Podziału rynku na segmenty według określonych kryteriów dokonuje się, by móc lepiej dostosować ofertę do potrzeb, oczekiwań konsumentów i kontrahentów. Celem podmiotów gospodarczych jest dotarcie do tych nabywców, którzy chcą oraz mogą nabyć dane towary [16, s. 58]. Liczba segmentów nie może być większa niż liczba kupujących, ponieważ każdy nabywca kieruje się innymi kryteriami wyboru. Im segment jest mniejszy, tym łatwiej jest dokonać podziału ze względu na oczekiwania potencjalnych oraz przyszłych nabywców. W przypadku, gdy liczba konsumentów jest względnie niewielka, taki podział ma sens, staje się natomiast niemożliwy, gdy liczba nabywców jest duża [18, s. 114].

Poniżej została przeprowadzona ocena gospodarki według sekcji i działów, w celu wyznaczenia segmentów rozwijających się oraz tych posiadających potencjał. Kałowski i Wysocki [12, ss. 284-285] sugerują wybór kilku wskaźników do analizy sektorów, ze względu na brak jednoznacznego identyfikatora wskazującego branżę, w którą warto zainwestować. Kałowski i Wysocki [12, ss. 284-285] zidentyfikowali zmiany zachodzące w polskiej gospodarce, na podstawie wskaźników:

- stopa zysku netto,
- przychody ogółem,
- nakłady inwestycyjne.

Do poniższej analizy zostały wykorzystane następujące wskaźniki:

- wielkość zatrudnienia według sekcji i działów,
- przychody z całokształtu działalności przedsiębiorstw przemysłowych według sekcji i działów,
- nakłady inwestycyjne w przemyśle według sekcji i działów.



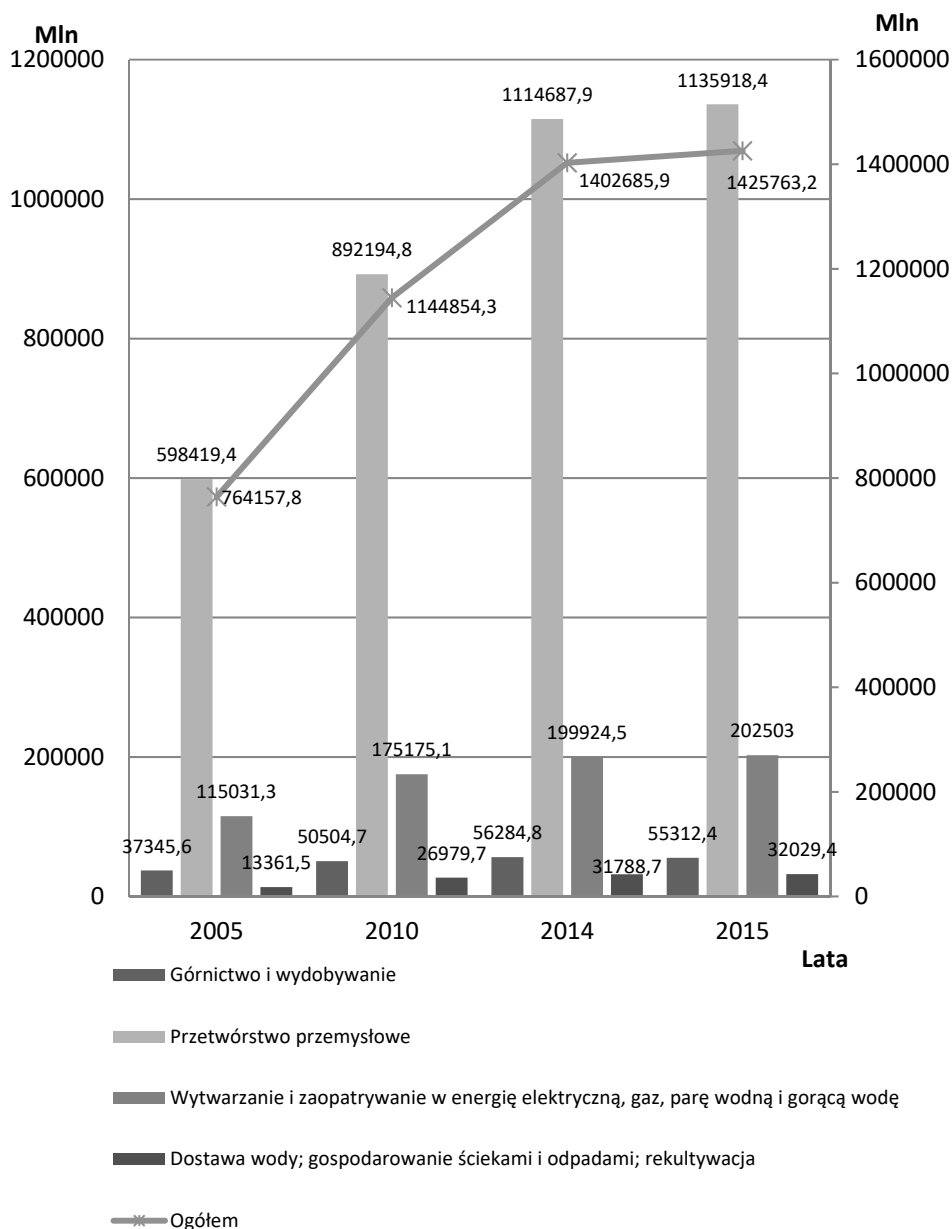
Rys. 1. Wielkość zatrudnienia w milionach według sekcji i działów w latach 2005-2015 w mln zł

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [9].

Rocznik Statystyczny Przemysłu 2016 przedstawia charakterystykę polskiego rynku pracy. Dostarcza informacji o wielkości zatrudnienia, wydajności i warunkach pracy w przemyśle według sekcji i działów. Udziela podstawowych informacji o podmiotach gospodarczych, wielkości produkcji w poszczególnych sektorach i działach, sytuacji finansowej i ponoszonych kosztach. Rocznik opisuje gospodarkę paliwowo-energetyczną, materiałową, dane technologiczne dotyczące wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych oraz możliwych zagrożeń i ochrony środowiska. Omawiany sektor – meblarski – jest branżą znajdującą się w dziale przemysłu przetwórczego. Dokument przedstawia również dane dotyczące nakładów inwestycyjnych, eksportu i importu wyrobów przemysłowych.

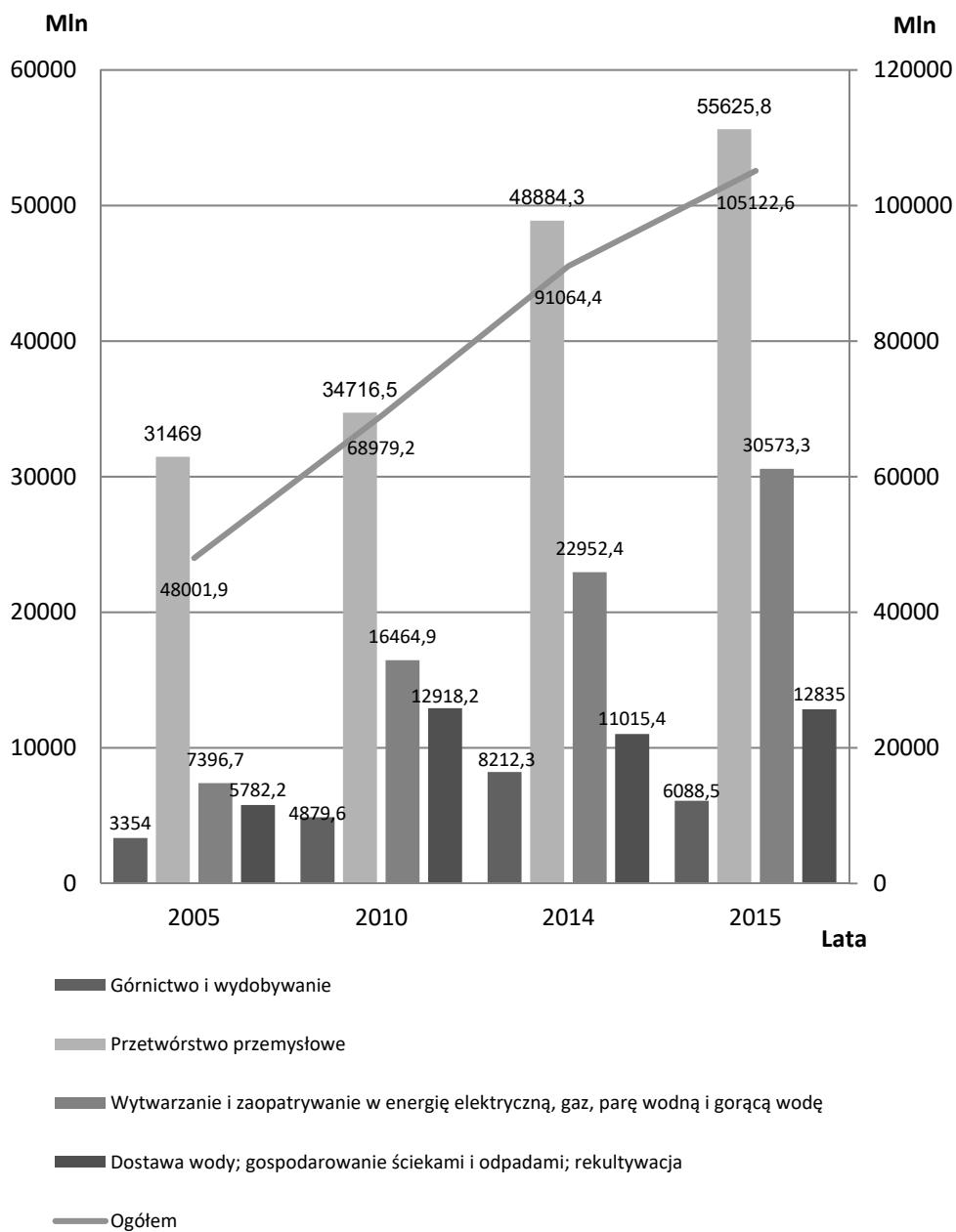
Na rys. 1 został przedstawiony podział rynku względem wielkości zatrudnienia w poszczególnych sekcjach i działach w latach 2005-2015 na podstawie danych udostępnianych przez GUS. Z rys 1 można odczytać, że najliczniejszą grupą jest segment przetwórstwa przemysłowego, a wielkość zatrudnienia zmienia się z tendencją wzrostową na przestrzeni lat 2005-2015. W 2015 roku dynamika wzrostu zatrudnienia w przetwórstwie przemysłowym względem 2005 roku wynosiła 7,58%. W pozostałych sektorach wielkość zatrudnienia jest dużo mniejsza i utrzymuje się na względnie stałym poziomie – w wysokości 149,2 tyś. Patrząc na całokształt widać znaczący wzrost zatrudnienia. W 2015 roku ogólna dynamika wzrostu wynosiła 6,91% względem 2005 roku.

Na rys. 2 został przedstawiony podział rynku względem osiągniętych przychodów z całokształtu działalności przedsiębiorstw przemysłowych według sekcji i działów w latach 2005-2015. Na podstawie danych pochodzących z Rocznika Statystycznego Przemysłu 2016 odczytujemy, że największe przychody odnotowano w segmencie przetwórstwa przemysłowego na przestrzeni lat 2005-2015, wielkość przychodów zmieniała się z tendencją wzrostową. W 2015 roku dynamika wzrostu przychodów w przetwórstwie przemysłowym względem 2005 roku wynosiła 89,82%. Największy wzrost przychodów został odnotowany w segmentach: dostawy wody; gospodarowania ściekami, odpadami oraz rekultywacji – 139,71%. Patrząc na całokształt widać znaczący wzrost zatrudnienia, w 2015 roku został odnotowany 1,65% wzrost względem roku poprzedniego. Natomiast dynamika wzrostu w 2015 roku wynosiła 86,58% względem 2005 roku.



Rys. 2. Przychody z całokształtu działalności przedsiębiorstw przemysłowych według sekcji i działów w latach 2005-2015 w mln zł

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [9].



Rys. 3. Nakłady inwestycyjne w przemyśle według sekcji i działów w latach 2005-2015 w mln zł

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [9].

Na rys. 3 został przedstawiony podział rynku względem nakładów inwestycyjnych w przemyśle według sekcji i działów w latach 2005-2015. Z wykresu można odczytać, że największe nakłady inwestycyjne zostały odnotowane w segmencie przetwórstwa przemysłowego. Na przestrzeni lat 2005-2015 wielkość nakładów inwestycyjnych zmieniała się z tendencją wzrostową w segmentach przetwórstwa przemysłowego oraz wytwarzania i zaopatrywania w energię elektryczną, gaz, parę wodną i gorącą wodę. W 2015 roku dynamika wzrostu przychodów w przetwórstwie przemysłowym względem 2005 wynosiła 76,76%. Jednakże, największy przyrost nakładów został odnotowany w segmentach dostawy wody; gospodarowanie ściekami i odpadami; rekultywacji – 121,97% oraz wytwarzania i zaopatrywania w energię elektryczną, gaz, parę wodną i gorącą wodę – 313,34%. Zauważalny jest też znaczący wzrost nakładów inwestycyjnych. W 2015 roku został odnotowany 15,44% wzrost względem roku poprzedniego, natomiast dynamika wzrostu w 2015 roku wynosiła około 119% względem 2005 roku.

Na podstawie powyższej analizy można przypuszczać, że sektor przetwórstwa przemysłowego jest sektorem rozwojowym. Należy zaznaczyć, że sektor przetwórstwa przemysłowego jest najliczniejszą grupą, składającą się z 24 elementów, produkcji m.in. mebli, artykułów spożywczych, napoi, wyrobów z drewna, korka, słomy i wykliny, papieru i wyrobów z papieru, chemikaliów i wyrobów chemicznych, wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych czy pojazdów samochodowych, przyczep i naczep. Z Rocznika Statystycznego Przemysłu 2016 [9, s. 324] można odczytać, że segmentami o największych nakładach inwestycyjnych są: produkcja artykułów spożywczych oraz produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych, które przyjmują wartości odpowiednio 7,9%, 4,6% w 2015 roku. Segment produkcji artykułów spożywczych jest segmentem o największych przychodach i wynosi 13,15% w 2015 roku [9, s. 148]. Innymi segmentami odnotowującymi istotne przychody są: produkcja pojazdów samochodowych, przyczep i naczep oraz produkcja koksu i produktów rafinacji ropy naftowej, odpowiednio w wysokości 9,46% oraz 8,02% w 2015r.

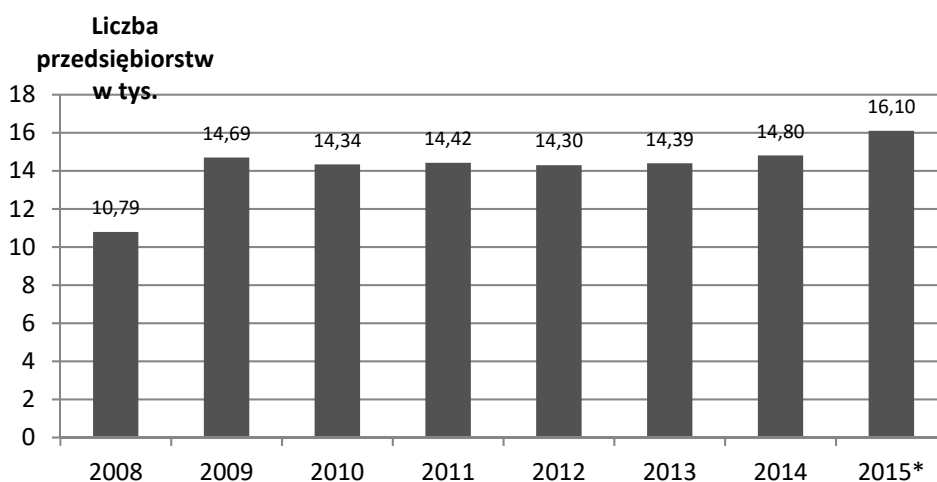
Branża spożywcza nie jest segmentem innowacyjnym, gdyż raptem 12,4% przedsiębiorstw wdrożyło jakiegokolwiek innowacje na przełomie lat 2010-2012. Co więcej, w okresie tym działania innowacyjne wykazało tylko 17,7% podmiotów przemysłowych. Warto zwrócić uwagę na fakt, że na działania innowacyjne podmiotów przemysłowych ma wpływ ich wielkość [15, s. 309].

Branża meblarska jest sektorem rozwijającym się, w którym widoczny jest wzrost zatrudnienia. Wielkość zatrudnienia w 2015 roku wzrosła względem roku 2005 o 17,55% [9, s. 217], wzrosły też nakłady inwestycyjne – dynamika wzrostu w 2015 plasuje się na poziomie około 44,81% względem 2005 roku [9, s. 324]. Dodatkowo zauważa się wzrost przychodów w 2015 roku, który wynosił 71,88% względem 2005 roku [9, s. 148].

Z powyższego wynika, że sektor dostawy wody, gospodarowanie ściekami i odpadami oraz rekultywacji jest sektorem rozwijającym się. Nastąpił wzrost liczby wdrażanych innowacji, dynamika wzrostu w 2015 roku wynosiła aż 121,97% w stosunku do 2005 roku, tym samym wielkość przychodów również wzrosła znacząco, a mianowicie wzrost w 2015 roku względem 2005 roku wyniósł 139,71 %.

2.2. Liczba przedsiębiorstw z branży meblarskiej

Na rys. 4 została przedstawiona struktura zmian liczby przedsiębiorstw w latach 2008-2015. W 2009 roku został odnotowany 36% wzrost, na przestrzeni kolejnych lat liczba firm z branży meblarskiej ulegała niewielkim wahaniom.



* Dane z 2015 roku są danymi przewidywanymi, nie zostały one jeszcze potwierdzone

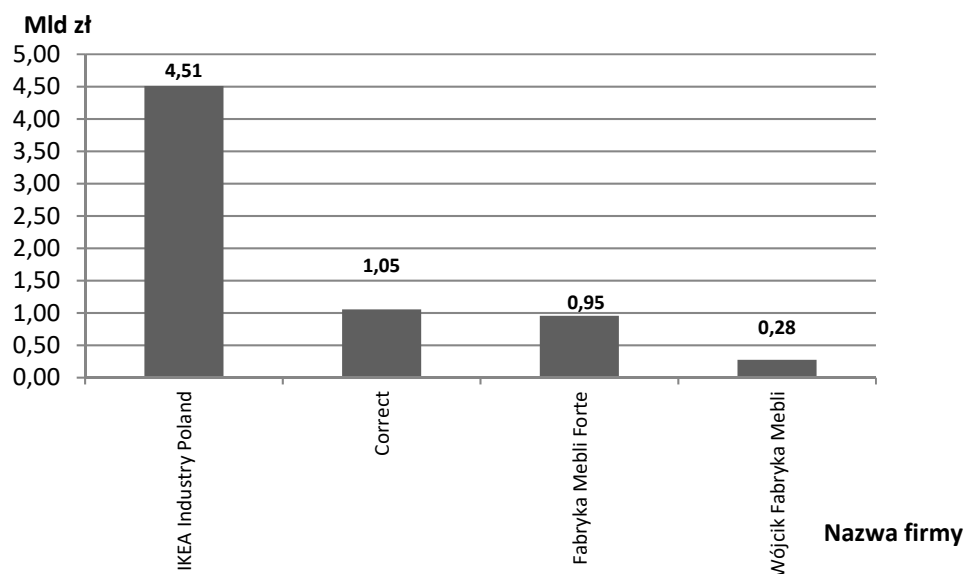
Rys. 4. Liczba przedsiębiorstw z branży meblarskiej w Polsce w latach 2008-2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [22].

Największymi producentami mebli w Polsce są:

- IKEA Industry Poland z przychodem netto za rok 2015 4,5 mld zł,
- na drugim miejscu znajduje się Correct z przychodem netto 1,054 mld zł,
- na trzecim Fabryka Mebli Forte – 0,9547 mld zł.

Wójcik Fabryka Mebli plasuje się na 18 miejscu w zestawieniu z przychodem netto 275,62 mln zł oraz ze wzrostem przychodów netto 6,63% względem roku poprzedniego [5]. Rok 2014 został zakończony z przychodem netto w wysokości 258,49 mln zł oraz dynamiką w stosunku do roku poprzedniego 24,81%, co zostało zobrazowane na poniższym rysunku.



Rys. 5. Przychód netto w 2015 roku w mld zł

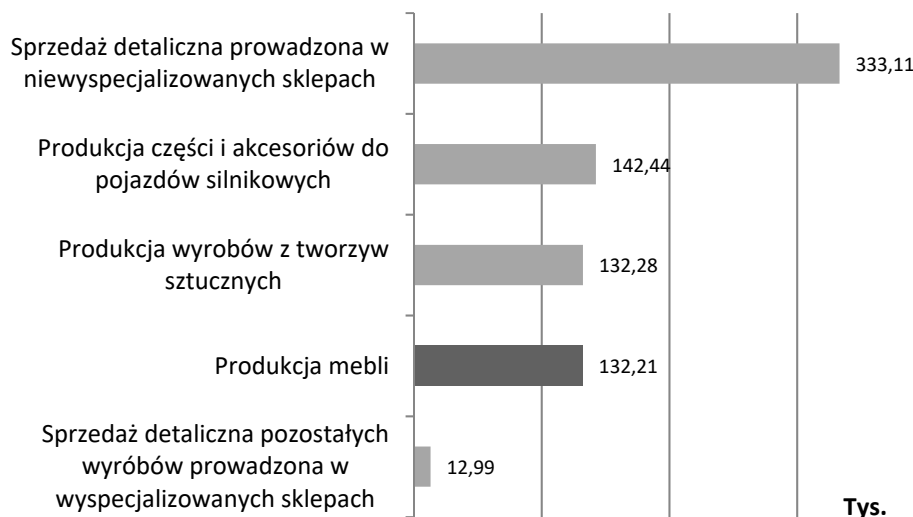
Źródło: opracowanie własne na podstawie: [5].

Z artykułu [10] wynika, że mimo silnej konkurencji na rynku przychód netto firmy Meble Wójcik w 2012 roku wzrósł o 14,74% względem roku poprzedniego, i tym samym przedsiębiorstwo to znalazło się na 18 miejscu w tabeli. Według informacji podanych przez Mateusza Zająca [23] drugi raz z rzędu Fabryka Meble Wójcik znalazła się na drugim miejscu w „Rankingu Producentów Mebli Skrzyżniowych i Tapicerowanych”, opublikowanym przez czasopismo Meble Plus. W konkursie brało udział ponad 130 zakładów. Wdrażanie innowacji technologicznych w branży meblarskiej zwiększa konkurencyjność oraz niweluje negatywne skutki spowodowane brakiem pracowników. Na podstawie danych z 2016 roku otrzymanych z firmy Astor wynika, że tylko 15% firm meblarskich w Polsce jest w pełni zautomatyzowanych, 76% firm częściowo i 9% zakładów nie wprowadza nowoczesnych rozwiązań [3].

2.3. Liczba pracowników w branży

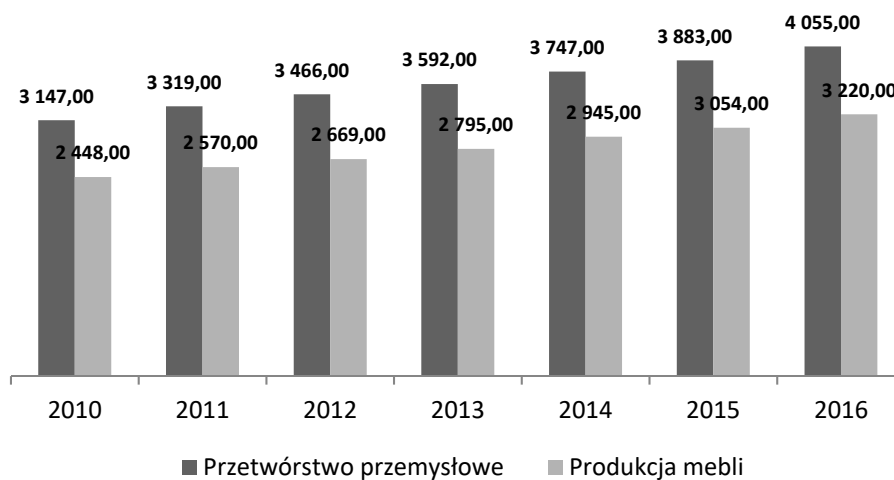
Sektor meblarski jest jednym z największych pracodawców w Polsce – sektor średnich i dużych przedsiębiorstw zatrudniał łącznie około 132 tys. osób w 2016 roku (rys. 6) [19, s. 2]. Polska branża meblarska rozwija się intensywnie – co potwierdza wskaźnik eksportu (rys. 10). Jednakże czynnikiem hamującym rozwój

sektora meblowego może być wzrost kosztów czy też niedostateczna liczba wykwalifikowanych pracowników [7]. Dlatego konieczna jest optymalizacja zachodzących procesów, wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań oraz zachowanie wysokiej jakości produktów.



Rys. 6. Zatrudnienie w branżach na koniec 2016 roku

Źródło: [8].



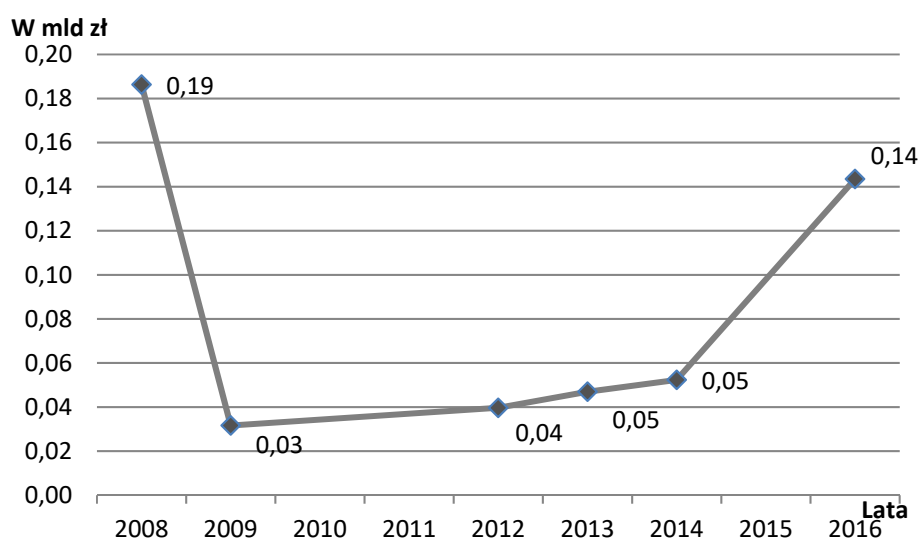
Rys. 7. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto (w PLN)

Źródło: [14].

Dodatkowo zauważalny jest coroczny wzrost wynagrodzeń w branży meblarskiej, utrzymuje się on średnio na poziomie 5%. Przeciętne wynagrodzenie w 2016 roku wynosiło 3220,00 zł (rys. 7), gdzie średnia krajowa pensja brutto w 2016 roku wynosiła 4271,33 zł [21]. Pensja w sektorze meblarskim jest około 25% niższa niż kształtujące się wynagrodzenie na tle kraju. Niskie płace w sektorze meblarskim powodują, że koszt produkcji jest relatywnie mały [14, s. 14].

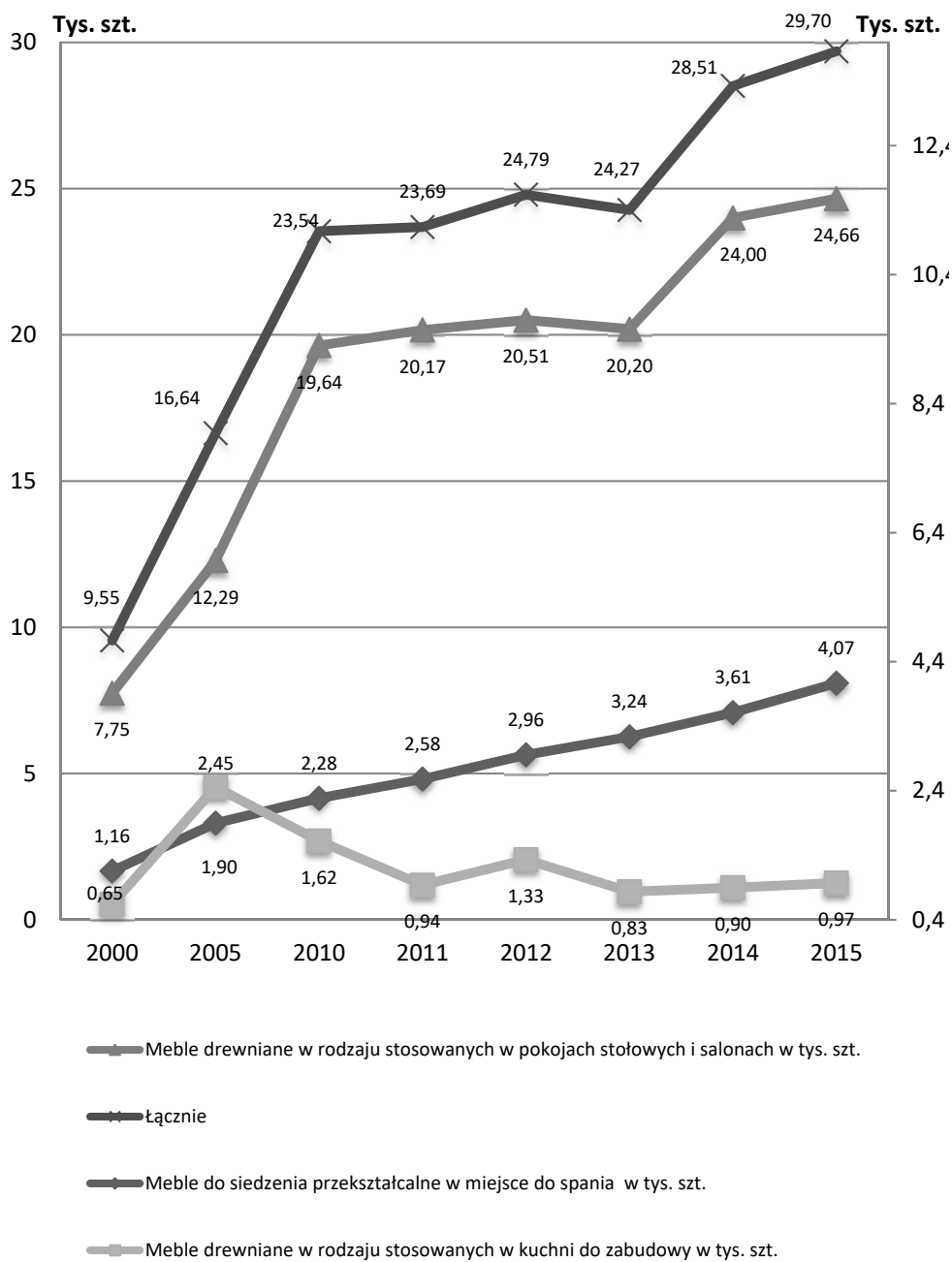
2.4. Wielkość produkcji

Rynek meblarski jest rynkiem nieustannie się rozwijającym. Wartość produkcji sprzedanej w Polsce w 2015 roku wyniosła 35,1 mld zł [5]. Martin Czrynia [5] podaje, że wspomniana wartość produkcji sprzedanej w branży meblarskiej wzrosła aż o 30% na przestrzeni lat 2011-2015, co więcej, prognozy oraz szacunki są optymistyczne i przewiduje się, że taki trend się utrzyma. Podaje się, że przyczynami ograniczającymi rozwój branży meblarskiej są m.in. bariery innowacyjne oraz technologiczne, brak wykwalifikowanej kadry na rynku pracy, czy wysokie obciążenia podatkowe [5].



Rys. 8. Produkcja mebli w mld zł w latach 2008-2016

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [8].



Rys. 9. Wielkość wybranej produkcji mebli w tys. szt. w latach 2000-2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [9].

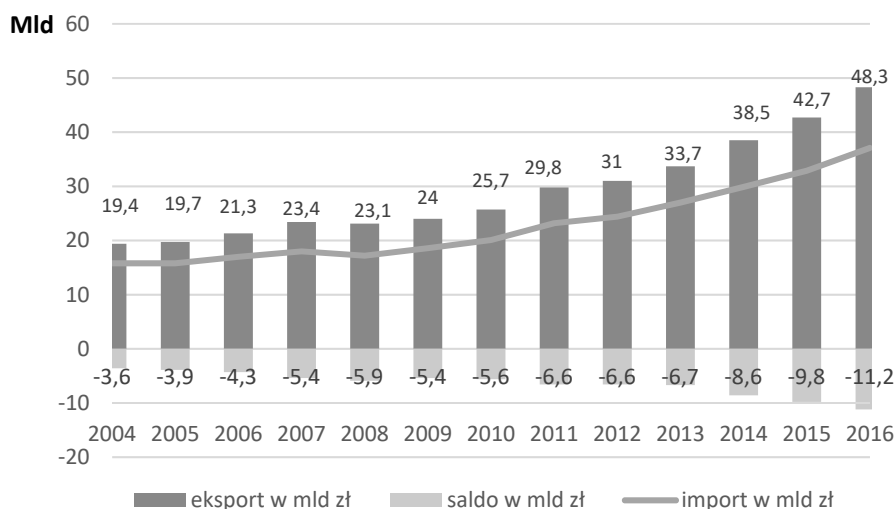
Na rys. 8 została przedstawiona wielkość produkcji mebli w Polsce na przestrzeni lat 2008-2016 na podstawie danych GUS. Zgodnie z informacją GUS dane z lat 2010-2011, i 2015 są objęte tajemnicą statystyczną. W 2009 roku został odnotowany 83,02% spadek, spowodowany przez ogólnoświatowy kryzys finansowy w roku 2007. Spowolnienie ogólnoświatowej gospodarki oraz zmniejszenie wielkości popytu miało w konsekwencji negatywny wpływ na wielkość produkcji [1, s. 10]. Od 2012 roku możemy zaobserwować powolny wzrost produkcji mebli. W 2014 roku dynamika wzrostu wynosiła 32% względem 2012 roku. Potwierdzają to również dane GUS wskazujące, że na przestrzeni lat 2000-2015 produkcja mebli z roku na rok rosła.

Z rys. 9 można zauważyć, że wielkość produkcji mebli w 2015 roku wzrosła o 211% w stosunku do 2000 roku. W raporcie GUS 2016 zostały zawarte informacje dotyczące wielkości produkcji mebli do siedzenia, przekształcalnych w miejsce do spania, drewnianych mebli kuchennych pod zabudowę oraz mebli drewnianych stosowanych w jadalni i w salonie. W dwóch pierwszych przypadkach zostały również uwzględnione meble z materiałów drewnopochodnych, natomiast w kolejnym pominięto lustra stojące na podłodze oraz meble do siedzenia.

Obecnie, by móc przetrwać na rynku, niezbędna jest ciągła jego obserwacja oraz nieustanna kontrola, a także stałe doskonalenie przedsiębiorstwa. Czynnikiem niezbędnym do osiągnięcia sukcesu jest monitorowanie zachowań rywali. Dogłębne ich poznanie umożliwi identyfikację wad i zalet przedsiębiorstwa. Konkurencja na rynku meblarskim jest bardzo silna, a każdy dąży do umocnienia swojej pozycji. Dlatego, aby skutecznie jej sprostać, trzeba się wyróżniać. Nie jest to łatwe zadanie, ale w branży meblarskiej jest to możliwe. Firmy prześcigają się w nowych pomysłach czy oryginalnym designie. Wprowadzanie innowacyjnych oraz niekonwencjonalnych rozwiązań sprawia, że przedsiębiorstwo staje się atrakcyjniejsze dla konsumentów.

2.5. Import i eksport mebli

Obroty handlowe z zagranicą wpływają korzystnie na sytuację gospodarczą oraz przemysłową kraju, gdyż sprzyja to optymalizacji zachodzących procesów w przedsiębiorstwie przy jednoczesnej minimalizacji kosztów [11, s. 376]. Przemysł meblowy ma istotne udziały w wielkości eksportu, co jest widoczne na rys. 10 [19, s. 2]. Eksport wykorzystuje istniejący potencjał produkcyjny oraz powoduje jego zwiększenie, pozwala również na zagospodarowanie ewentualnego nadmiaru. Kontakt z konkurencją ma bezpośredni wpływ m.in. na sposób oraz jakość wytwarzania, prowadzi do adaptacji nowych rozwiązań oraz wprowadzanie innowacji. Wpływa również na poprawę jakości wytwarzanych produktów czy też wzrost kwalifikacji pracowników.



Rys. 10. Eksport i import mebli w mld zł w latach 2004-2016

Źródło: [8].

Wartość eksportu netto jest dodatnia, co wynika z wysokiego poziomu sprzedaży dóbr za granicę przy niskim poziomie importu. Import towarów rozwiązuje problem niedostępnych towarów w kraju. Substytucyjny import towarów może prowadzić do zmniejszenia wzrostu produktu krajowego poprzez zmniejszenie wielkości produkcji lub popytu [11 s. 379].

Według Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli, Polska jest szóstym producentem mebli na świecie. Szacuje się, że w 2016 roku wartość wytworzonych towarów wynosiła 42,45 mld zł. Największymi wytwórcami są Chiny, Stany Zjednoczone, Niemcy, Włochy oraz Indie, natomiast największymi rynkami zbytu dla polskich mebli są Niemcy, Wielka Brytania, Czechy oraz Francja [6].

Meble polskich producentów cieszą się coraz większą popularnością oraz uznaniem na rynkach zagranicznych, co jest widoczne na rys 10. Jest to spowodowane ich niską ceną i jednocześnie wysoką jakością, dodatkowo polscy producenci oferują szeroką gamę produktów [2]. Polska staje się bardziej konkurencyjna niż Chiny, choćby ze względu na czas realizacji dostaw. Kiedy na realizację zamówienia z Chin potrzeba minimum 8 tygodni, czas dostawy z Polski jest krótszy [4].

3. Podsumowanie

Struktura przedsiębiorstwa jest kształtowana przez otoczenie, w jakim funkcjonuje dany podmiot, czyli wszystkie zachodzące zmiany na rynku, konkurencja,

dostawcy czy też wprowadzane zmiany w przepisach i regulacjach prawnych mają wpływ na proces zarządzania przedsiębiorstwem [17, s. 37].

Cykliczne wykonywanie analizy rynku i konkurencji minimalizuje pojawiające się ryzyko ze strony firm z tej samej branży. Analiza ta polega na obserwacji firm konkurencyjnych. Analizie poddawana jest jakość świadczonych usług czy też wytwarzanych dóbr. Identyfikacja konkurencji pomaga zapewnić odpowiednią pozycję na rynku oraz pomóc w utrzymaniu obecnej.

Branża meblarska jest sektorem rozwijającym się, co obrazuje rosnący wskaźnik eksportu (rys. 10). Zauważalny jest wzrost zatrudnienia na przestrzeni lat 2005-2015 oraz wzrost nakładów inwestycyjnych. Widoczny jest również wzrost wynagrodzeń w latach 2010-2016. Spadek poziomu rozwoju może zostać spowodowany przez wzrost kosztów czy też niedostateczną liczbę wykwalifikowanych pracowników.

Napędem rozwoju branży meblarskiej są m.in. następujące czynniki [19, s. 4]:

- wprowadzanie automatyzacji oraz robotów przemysłowych – ma na celu optymalizację zachodzących procesów oraz efektywne wykorzystanie posiadanych zasobów,
- konsolidacja przedsiębiorstw, fuzje oraz przejęcia – pozwala wykorzystać efekt skali, zachować konkurencyjność na rynku,
- wdrażanie innowacyjnych rozwiązań – pozwala wyróżnić się na tle innych przedsiębiorstw; innowacyjność oraz niestandardowe podejście, czyni przedsiębiorstwo atrakcyjnym partnerem do współpracy oraz wzbudza zainteresowanie wśród klientów,
- indywidualne podejście do klienta – pozwala skierować dany produkt czy usługę do konkretnych nabywców, rozróżniając przy tym indywidualne potrzeby oraz upodobania.

Literatura

- [1] **Adamiec J., Russel P.:** *Światowy kryzys gospodarczy a sektor przedsiębiorstw i gospodarstw domowych w Polsce w Kryzys finansowy. Wybrane zagadnienia*, Biuro Analiz Sejmowych. Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe, 2009, ss. 7-30.
- [2] **Artykuł 1:** *Dlaczego polskie meble cieszą się tak dużą popularnością za granicą?* 2017 (dostęp 12.06.2017) online: <http://liczysiewnetrze.org.pl/2017/05/18/dlaczego-polskie-meble-ciesza-sie-tak-duza-popularnoscia-za-granica/>
- [3] **Artykuł 2:** *Branżę meblarską męczą niedobory kadrowe. Szuka ratunku w robotyce i IT*, 2017 (dostęp 15.03.2018) online <https://businessinsider.com.pl/wiadomosci/sytuacja-branzy-meblarskiej-niedobory-kadrowe-konkurencja/bwm770q>
- [4] **Cöllen B.:** *Polska liderem w produkcji i eksporcie mebli na niemiecki rynek*, 2013 (dostęp: 12.06.2017) online: <http://www.dw.com/pl/polska-liderem-w-produkcji-i-eksporcie-mebli-na-niemiecki-rynek/a-16533849>

- [5] **Czyrnia M.:** *Wywiad mailowy, raport – Polskie Meble Outlook 2017*, 2017, materiały nie publikowane.
- [6] **Frankowska A.:** *Polska czwartym eksporterem mebli na świecie*, 2017 (dostęp: 11.04.2017) online: <http://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/arttykul/meble-produkcja-polska-branza-meblarska,78,0,2270286.html>
- [7] **Fryc J.:** *Polskie firmy meblarskie chcą i mogą podbijać świat. Ale na gwałt potrzebują pracowników*, 2017 (dostęp 10.09.2018) online: <https://businessinsider.com.pl/firmy/branza-meblarska-w-polsce-perspektywy-rozwoju/cvrt42t>
- [8] **GUS:** *Bank Danych Lokalnych*, 2017 (dostęp: 8.05.2017), online: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica>
- [9] **GUS:** *Rocznik Statystyczny Przemysłu 2016*, 2016 (dostęp: 8.05.2017), online: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/rocznik-statystyczny-przemyslu-2016,5,10.html>
- [10] **Hryniewicki M.:** „Złota 200” – zestawienie największych producentów mebli – edycja 2013. *Meble.pl Sp Z O. O.*, 2013 (dostęp: 20.04.2017), online: https://issuu.com/wydawnictwo_meble.pl/docs/zlota200_npm_2013
- [11] **Jaszczyński M.:** *Znaczenie handlu zagranicznego w rozwoju gospodarczym*. Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku Nauki Ekonomiczne, t. XXIII, 2016, ss. 373-384.
- [12] **Kałowski A., Wysocki J.:** *Zmiany strukturalne w gospodarce polskiej*, Zarządzanie i Finanse. Journal of Management and Finance, 2012, ss. 281-292 (dostęp: 09.01.2018) online http://zif.wzr.pl/pim/?htm=2012_1_2.htm
- [13] **Kopycińska D. (red.):** *Kapitał ludzki jako czynnik przewagi konkurencyjnej*. Szczecin: Katedra Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego, 2009.
- [14] **KPMG:** *Rynek meblarski w Polsce, 2017* (dostęp 13.10.2018), online: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pl/pdf/2017/06/pl-Raport-KPMG-Rynek-meblarski-w-Polsce-2017.pdf>
- [15] **Lemanowicz M.:** *Aktywność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem branży spożywczej*. Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe Tom XVI, 2014, zeszyt 6, ss. 307-312 (dostęp 26.01.2018) online <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/205905/2/16-6-Lemanowicz.pdf>
- [16] **Manczak I.:** *Identyfikacja segmentów rynku turystycznego miasta – założenia koncepcyjne*. Handel Wewnętrzny, 2013, 6 (347), ss. 56-67.
- [17] **Mroczo F.:** *Warunki funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku*. Jelenia Góra: Karkonoska Państwowa Szkoła Wyższa w Jeleniej Górze, 2014.
- [18] **Mynarski S.:** *Badania rynkowe w przedsiębiorstwie*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 2001.
- [19] **PFR:** Raport specjalny. Polskie meble. Inwestycje dla Polski, 2017.
- [20] **Sagan A.:** *Badania marketingowe. Podstawowe kierunki*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, 1998.
- [21] **Sedlak&Sedlak:** *Wynagrodzenia w Polsce według GUS – dane miesięczne* (dostęp 03.11.2018), online: <https://wynagrodzenia.pl/gus/dane-miesieczne>
- [22] **Stat:** *Number of enterprises in the manufacture of furniture industry in Poland from 2008 to 2015, 2017* (dostęp: 8.05.2017), online: <https://www.statista.com/statistics/384564/number-of-enterprises-in-the-manufacture-of-furniture-in-poland/>
- [23] **Zajac M.:** *Marka Meble Wójcik na podium, 2017* [dostęp 01.11.2017], online: <http://www.elblag.net/arttykuly/marka-meble-wojcik-na-podium,31017.htm>

**STOCK MANAGEMENT IN PRODUCTION ENTERPRISES
BASED ON THE EXAMPLE OF A SELECTED PRODUCTION
COMPANY**

Summary

The company's structure is shaped by the environment in which it operates. Market analysis allows to verify the potential inherent in a given segment. Moreover, it helps to gain the advantage over the competition and to strengthen the current position on the market. Thank to that, the company can properly focus on its activities.

The article has been prepared on the basis of data provided by the Central Statistical Office and of the Internet data sources. It provides the analysis of industry conditions for furniture manufacturing companies. The analysis included exportation volume, the volume of furniture production in Poland, and net income among others.

Keywords: furniture market, analysis, potential, competition, conditions, import, export, production.

