

Stolarkavip, jak zawsze dobrze poinformowana, dowiedziała się ostatnio, że znana i ceniona firma z Warszawy (produkcja w Nieporęcie pod Warszawą), produkująca na profilach firmy VEKA, od stycznia przyszłego roku (2011) wstrzymuje produkcję okien i drzwi z PVC.



Biorąc pod uwagę fakt, że firma istniejąca na polskim rynku już kilkanaście lat, dała się poznać tak klientom i dostawcom z jak najlepszej strony, całkowite wstrzymanie produkcji prowokuje do myślenia. Jak również dowiedzieliśmy się nieoficjalnie, decyzja ta zapadła na podstawie analizy finansowej firmy, a w szczególności działalności produkcyjnej i rentowności produkcji okien i drzwi z PVC.

Inne działalności firmy pozostają bez zmian, (hurtownia i salony sprzedaży). Pozostaje mieć tylko nadzieję, że nie jest to oznaka kryzysu w branży stolarki, która jest mocno nasycona producentami i dilerami, a rynek nie należy do najłatwiejszych, w tym rynek Warszawy i okolic.

Jak możemy wnioskować z różnych analiz: np. ilości wybudowanych domów i mieszkań, pozwoleń na budowę, itp, spadek popytu na stolarkę w Polsce w 2010 roku, wynosi około 15% r/r. Niektórzy jej przedstawiciele mówią, że gdyby nie eksport (wzrost o ponad 50% r/r), to ich sytuacja byłaby również bardzo ciężka. Warto dodać, że przyszły rok może wyglądać na podobny, jeżeli chodzi o popyt na materiały budowlane w tym stolarkę.

Warto w tym momencie przytoczyć słowa Tomasz Wozowskiego z firmy Pressglas z maja bieżącego roku: *"Prognozując przyszłość rynku w Polsce, można się spodziewać, że rok 2010 będzie bardzo trudny dla branży, a głównym powodem tych trudności będzie walka cenowa w całym łańcuchu produkcyjnym, rozpoczynając od szkła bazowego, a kończąc na gotowych produktach przeznaczonych dla klientów indywidualnych"*.

Nie do końca sprawdził się ten dosyć czarny scenariusz, chociaż początek roku należał do fatalnych, ale później przyszła odwilż i całkiem dobry sezon jesienny.

M
usimy zatem uzbroić się w ciepłość, stabilizacja rynku wcale nie znaczy, że nie ma co na nim robić, wręcz przeciwnie może to być bardzo dobry czas na innowację i podniesienie poprzeczki dla swoich handlowców, ale oczywiście pod warunkiem posiadania dobrego produktu i wizji rozwoju firmy.