

Piotr SZOPA

ANALIZA SYTUACJI BRANŻY ODZIEŻOWEJ W POLSCE W LATACH 2003 - 2011

Streszczenie

Branża odzieżowa i jej rynek zbytu jeszcze nie tak dawno była zdominowana przez bardzo podobne ubiory. Producenci kierowali się założeniem, że nie będzie problemu ze zbytem przez funkcjonowanie chłonnego, wschodniego rynku, który był w stanie przyjąć każdą ilość produktów. Gdy nastąpił przełom gospodarczy nastąpiło załamanie wymiany handlowej ze wschodem, natomiast na rynku polskim zaczęła odgrywać znaczną rolę konkurencja i przystosowanie się do nowych warunków na rynku. Przedsiębiorstwa zaczęły praktykować tworzenie ofert skierowanych do różnych grup nabywców.

WSTĘP

Polski rynek odzieżowy obecnie składa się z trzech segmentów. Pierwszy, zwany segmentem odzieży ekskluzywnej jest przeznaczony dla nabywców oczekujących jak najwyższej jakości. Oferta ta jest skierowana do bardzo wąskiej grupy nabywców. Segment ten jest zdominowany przez producentów zagranicznych i charakteryzuje się krótkimi seriami, ukierunkowanymi na trendy w modzie. Są to ubiory wykonane z najlepszych materiałów, starannie wykończone. Drugi segment zawiera w sobie ubiory klasyczne, wykonane z dobrych jakościowo tkanin, oferowane po niewygórowanych cenach. Obejmuje markową odzież klasy średniej. Segment ten wykorzystuje dystrybucję pośrednią. Produkty sprzedawane są w markowych sieciach salonów oraz w sklepach multibrandowych. Nabywcami są średniozamożni klienci, dla których najważniejsza jest jakość oraz rozpoznawalność marki. Ostatni segment, zwany segmentem ubrań „no - name” to wyroby najtańsze o niskiej jakości. Nabywcami takich produktów są osoby o niskich dochodach. W jego skład wchodzi małe przedsiębiorstwa, towary importowane ze wschodu. Produkty te trafiają do sklepów dyskontowych, na bazy, a także do hipermarketów.

ANALIZA BRANŻY ODZIEŻOWEJ W POLSCE 2003 – 2011

Branża odzieżowa charakteryzuje się sporym potencjałem rozwoju, dywersyfikacją asortymentową oraz zaostrzoną walką konkurencyjną. Jednak za barierę rozwoju tego segmentu rynku uważa się znalezienie odpowiedniej lokalizacji dla sieci odzieżowej oraz spadek tempa rozwoju gospodarki.

Według danych za 2003 rok w Polsce funkcjonowało 20895 przedsiębiorstw odzieżowych, z czego 673 zatrudniało powyżej 49 pracowników [1,s.41,60] i tylko ta grupa

ze względu na potencjał wytwórczy jest w stanie konkurować z europejskimi markami odzieżowymi.

Czynniki, które odróżniają od siebie produkty mają znaczny wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstw w branży odzieżowej. Firmy te można podzielić na trzy grupy:

- przedsiębiorstwa produkujące w całości wyroby własne, które tworzą w ciągu roku przynajmniej dwie kolekcje sezonowe;
- przedsiębiorstwa zajmujące się konfekcjonowaniem odzieży, przy ograniczonym cyklu wytwarzania (produkcja eksportowa i krajowa);
- przedsiębiorstwa produkujące w całości wyroby własne oraz zajmujące się konfekcjonowaniem odzieży, przy ograniczonym cyklu wytwarzania.

Przedsiębiorstwa, które oferują usługi konfekcjonowania odzieży zdobywają przewagę konkurencyjną dzięki dostosowaniu swojego systemu organizacyjnego, obniżając przy tym koszty i zwiększając wydajność pracy. Koszty ponoszone przez kontrolowanie jakości i terminów realizacji produkcji w Polsce są o wiele wyższe niż w krajach azjatyckich.

Firmy wiążące wyroby własne z konfekcjonowaniem odzieży to z reguły przedsiębiorstwa o długoletniej tradycji. Przedsiębiorstwa, które początkowo były zakładami zajmującymi się jedynie produkcją wyrobów pod własną marką, po okresie obejmującym koniunkturę w sprzedaży i natknięciu się na ograniczony popyt zaczęły także oferować konfekcjonowanie odzieży. Był to rodzaj lekarstwa na napotkane bariery w zbyciu własnej produkcji. Zarządzanie takim przedsiębiorstwem wiąże się z dużym ryzykiem. Nie łatwym zadaniem jest tutaj ustalenie priorytetów między realizowaniem własnej produkcji i świadczeniem usług konfekcjonowania ubiorów.

Przychody w branży odzieżowej w 2003 roku niewiele wzrosły w stosunku do roku poprzedniego, a mianowicie o 4,4%, natomiast w roku 2004 wzrosły o 9,5%. W tym samym czasie odnotowano niewielki spadek sprzedaży eksportowej, a także dość wysoką dynamikę sprzedaży eksportowej w podklasie odzieży skórzanej (ponad 3,5-krotny wzrost) oraz podklasie wyrobów futrzarskich (wzrost o 50%). Spadek dynamiki zanotowano w podklasie produkcji odzieży i dodatków. 2004 rok wiąże się również z udziałem eksportu w branży odzieżowej, który w przychodach ze sprzedaży miał udział w wysokości 40,7%. W 2003 roku eksport zwiększył się o 9,1%, jednak w kolejnym roku spadł o ponad 6%.

W 2005 roku najgorsze wyniki finansowe odniosły m.in. przedsiębiorstwa z branży odzieżowej. W tym samym roku podpisane zostało porozumienie zawarte przez Komisję Europejską i Ministerstwo Handlu Chin o ustanowieniu limitów importowych do UE na lata 2005 – 2007 na tekstylia i odzież pochodzącą z Chin.[2] Porozumienie to dało szansę rozwoju dla polskich przedsiębiorstw odzieżowych i zwiększenie ich produkcji. Jednak dopiero z dniem 31 grudnia 2007 r. wygasły kontyngenty ilościowe w imporcie do UE dziesięciu kategorii tekstylnych - odzieżowych z Chin.[3] Wielkość produkcji polskich przedsiębiorstw w poszczególnych latach tego okresu przedstawia rysunek 1.

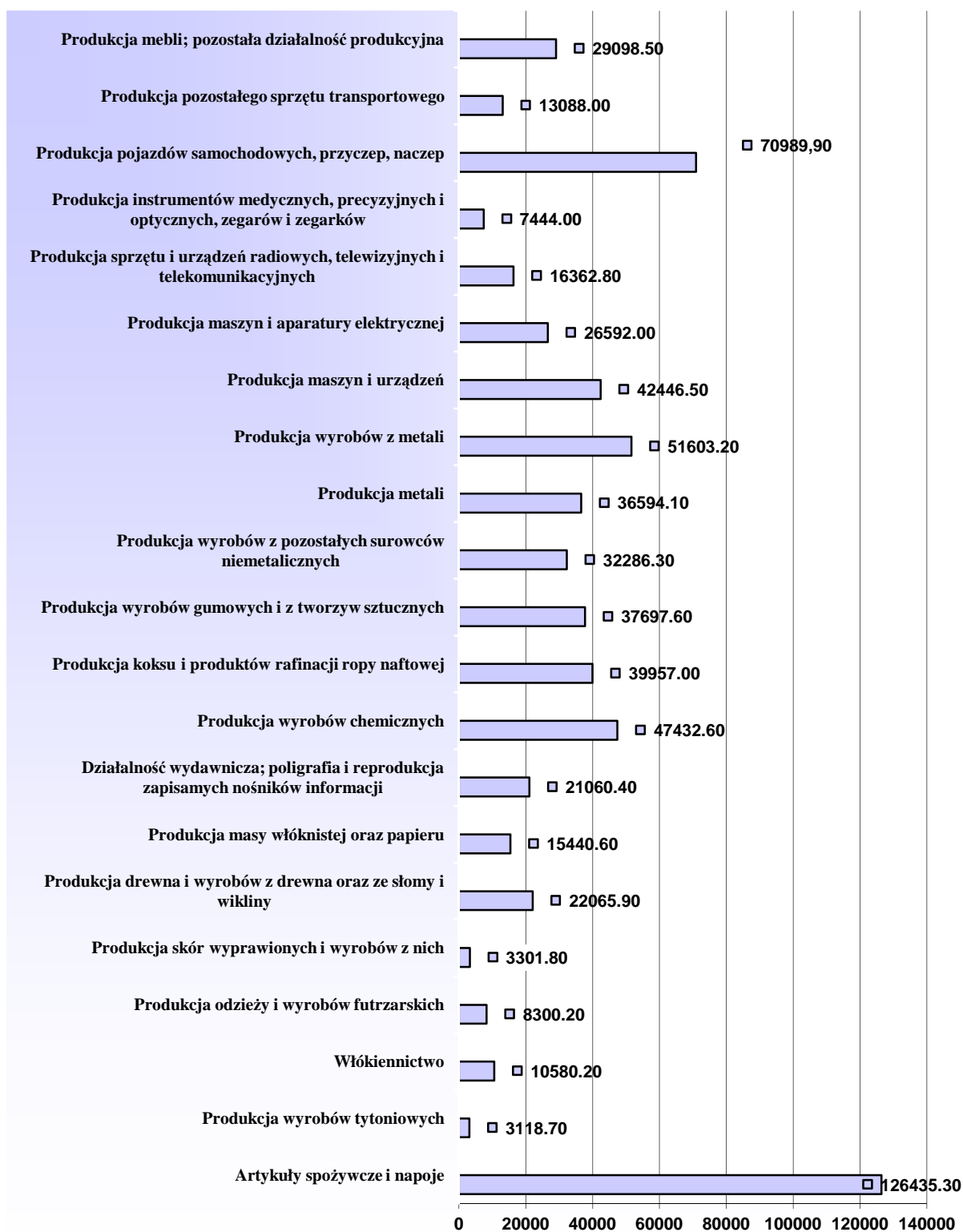
| ODZIEŻ, WYROBY FUTRZARSKIE | | | | | | |
|---|-----------------|-------|-------|-------|------|------|
| Wyroby | Jednostka miary | 2005 | 2006 | 2007 | 2010 | 2011 |
| Kostiumy, garsonki i zestawy odzieżowe damskie lub dziewczęce z dzianin | tys. szt. | 893 | 740 | 565 | 438 | 157 |
| Żakiety, blezery i wdzianka damskie lub dziewczęce z dzianin | tys. szt. | 4967 | 5189 | 4224 | 913 | 781 |
| Garnitury i zestawy odzieżowe męskie lub chłopięce | tys. szt. | 2892 | 2983 | 2914 | 1364 | 1298 |
| Marynarki i wdzianka męskie lub chłopięce | tys. szt. | 1762 | 1642 | 1553 | 1736 | 1575 |
| Koszule męskie lub chłopięce z dzianin | tys. szt. | 1946 | 1829 | 2053 | 4283 | 4274 |
| Bluzki, koszule i bluzy, damskie lub dziewczęce z dzianin | tys. szt. | 10963 | 11942 | 12041 | 5979 | 4936 |

Rys. 1. Produkcja wyrobów przemysłowych w branży odzieżowej w Polsce

Źródło: [4]

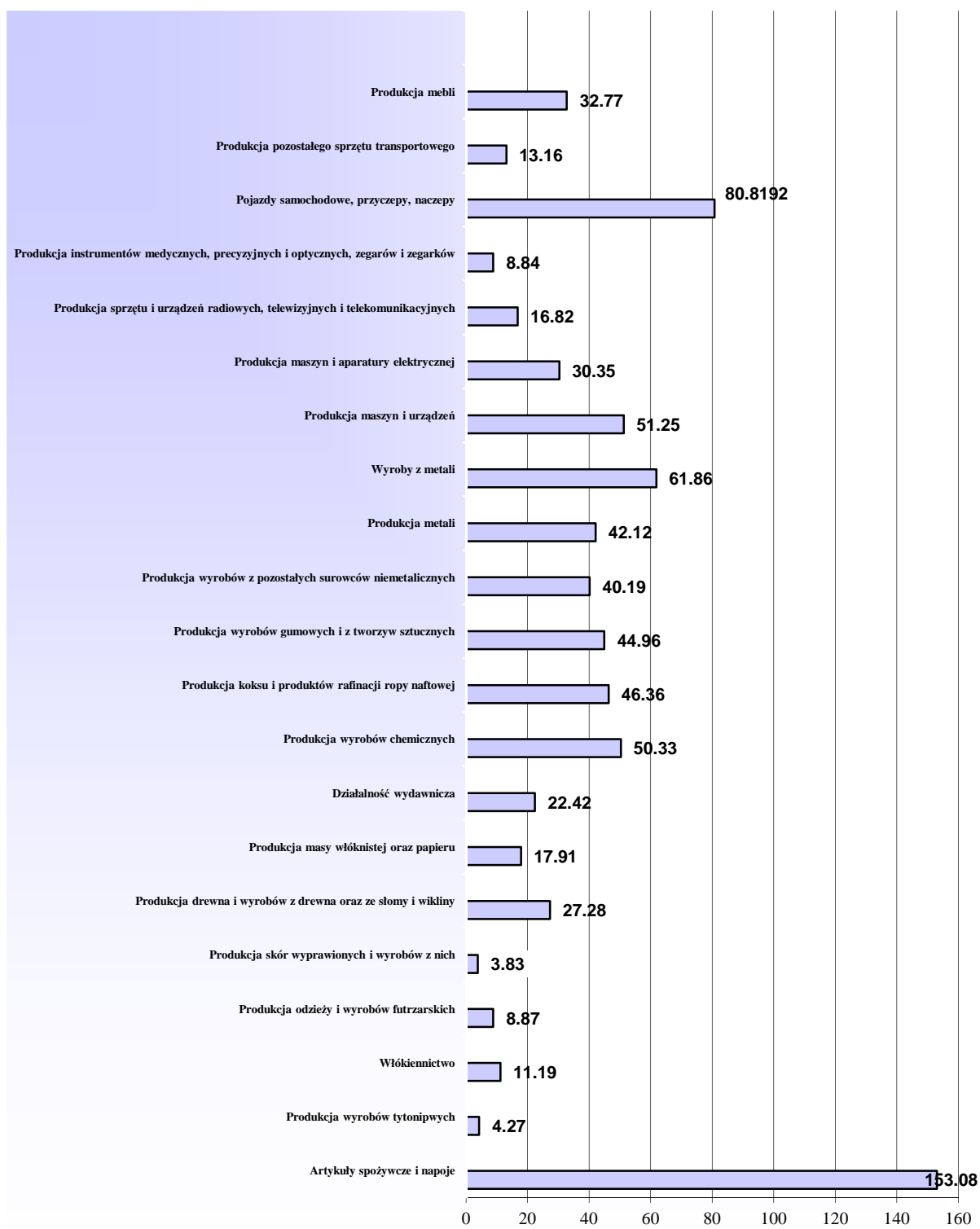
Polski rynek odzieży jest jednym z najbardziej atrakcyjnych rynków Europy Środkowo – Wschodniej, przyciąga tym samym licznych inwestorów zza granicy. Można się pokusić o stwierdzenie, iż w tym okresie polski rynek został agresywnie zaatakowany przez zagraniczne sieci odzieżowe. Najgroźniejsi zagraniczni konkurenci to m.in. H&M, Zara, Esprit oraz Olsen. Przedsiębiorstwa te nie mają zamiaru poprzestać na już zdobytym rynku docelowym. Stają się tym samym ogromną konkurencją dla rodzimych przedsiębiorstw.

Według analityków ekspansja markowej odzieży będzie trwać dopóki będą powstawać kolejne centra i galerie handlowe. Formą obroną przed zagranicznym „atakem” jest łączenie się polskich przedsiębiorstw oraz szukanie nowych rynków zbytu w innych krajach. Daje to szansę na rozwój tej branży, jednak wciąż zajmuje ona znikomy procent ogółu przetwórstwa przemysłowego, co przedstawiają rysunki 2 i 3



Rys. 2. Produkcja sprzedana przetwórstwa przemysłowego w Polsce w 2006 roku

Źródło: [5, str.143-144]



Rys. 2. Produkcja sprzedana przetwórstwa przemysłowego w Polsce w 2007 roku (w tys. zł)

Źródło: [5, str. 143-144]

W 2007 roku produkcja odzieży gwałtownie spadła. Wciąż odczuwalny jest wpływ Chin. Jednak sytuacja kryzysowa w branży nie oznacza końca jej rozwoju. Za spadkiem produkcji odzieży na polskim rynku może stać niewystarczające dostosowanie przedsiębiorstw do zmian zachodzących w danym segmencie rynku i do pojawiających się nowych trendów. Producenci powinni skupiać się oprócz bieżącej działalności na inwestycjach w rozwój firmy, które powinny być proporcjonalne do jej działalności. Jednak zbyt szybki rozwój grozi utratą kontroli operacyjnej nad przedsiębiorstwem. W 2007 roku produkcja odzieży i wyrobów futrzarskich wciąż zajmuje zaledwie 1% całego przetwórstwa przemysłowego, co przedstawia rysunek powyżej.[rys.2]

Od początku 2008 roku pogarsza się nastrój producentów sektora przetwórczego. Zakłada się, że najmniej korzystne perspektywy funkcjonowania przedsiębiorstw wystąpią właśnie w branży odzieżowej i tekstylnej. Spowodowane to jest obniżoną dynamiką wzrostu gospodarczego, który niekorzystnie wpływa na funkcjonowanie działalności. Istnieje również zagrożenie wystąpienia stagflacji, czyli wzrostu inflacji przy niskiej dynamice gospodarczej oraz intensywnego wzrostu cen surowców i energii.

W roku 2007, gdy zbliża się moment wygaśnięcia kontyngentów na tekstylia i odzież importowaną z Chin, Polska wraz z niektórymi krajami UE w celu ochrony rynku przed nadmiernym importem, również podjęła działania, które dążą do uregulowania ilości importowanych z Chin tekstyliów i odzieży. Aktualnie trwają debaty nad reformą dotyczącą pochodzenia towarów. Przeciwdziałając napływowi takich dóbr, Polska podkreśla w kontekście importu, bezpieczeństwo życia ludzkiego oraz zdrowia. Jednak licencje importowe były wydawane do dnia 31 marca 2008 roku, co znaczy, że branża odzieżowa jeszcze długo będzie odczuwać skutki współpracy z chińskimi przedsiębiorstwami.

BIBLIOGRAFIA

1. Rocznik Statystyczny przemysłu 2004, GUS, Warszawa 2004.
2. <http://orka2.sejm.gov.pl/IZ6.nsf/main/6EC3EE01>.
3. <http://orka2.sejm.gov.pl/IZ6.nsf/main/6EC3EE01>.
4. Produkcja wyrobów przemysłowych w 2011, GUS, Warszawa 2012.
5. Biuletyn statystyczny 2008, GUS, Warszawa 2008, nr 6(608)

ANALYSIS OF THE SITUATION OF THE APPAREL INDUSTRY IN THE YEARS 2003 - 2011

Abstract

Not so long ago, the market in the clothing industry was dominated by a very similar clothing. Manufacturers were guided by the assumption that there will be no problem with selling the functioning of the lymphatic, eastern market, which was able to accommodate any number of products. When economic breakthrough collapsed trade with the East, and the Polish market began to play an important role in the competition and adapting to new market conditions. Companies started to practice the creation of products targeted at different groups of buyers.

Autorzy:

Mgr inż. Piotr Szopa – Politechnika Częstochowska, Częstochowa