

Polski rynek płytek ceramicznych w latach 2006–2007

JACEK SKWIERCZYŃSKI

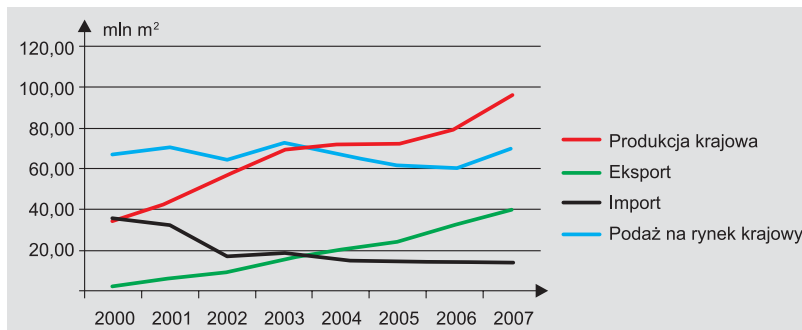
Polska jest obecnie czwartym producentem płytek ceramicznych w Europie. Większość krajowych fabryk wyposażona jest w bardzo nowoczesne linie produkcyjne. Jakość i wzor-

nictwo polskich wyrobów są porównywalne z ofertami czołowych producentów np. z Włoch i Hiszpanii. Nie dziwi więc, że polskie płytki wypierają importowane (rysunek 1). Nadwyżka mocy wytwórczych nad popytem zwiększa

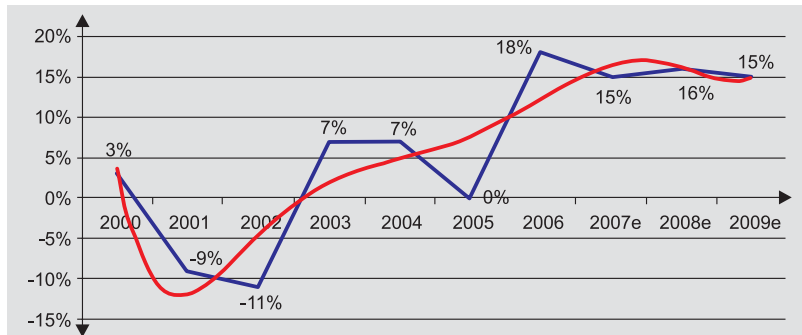
presję cenową na rynku krajowym, ale jednocześnie jest motorem wzrostu eksportu. Oba aspekty powodowały obniżanie rentowności sprzedaży, jednak koniunktura w budownictwie prawdopodobnie odwróci tę niekorzystną tendencję (rysunek 2 i 3).

Analiza krajowego rynku płytek ceramicznych w kategoriach segmentów cenowych wykazuje, że największy udział w krajowym rynku mają wyroby w segmencie średnim (20 – 40 zł/m²). Mimo systematycznego wzrostu siły nabywczej konsumentów, udział tej grupy płytek ceramicznych, powoli, ale jednak maleje. Zwiększa się natomiast udział produktów z najniższego segmentu cenowego (do 20 zł). Najbardziej stabilną tendencją cechuje się popyt w segmencie najwyższym (ponad 40 zł), gdzie zmiany w skali roku są nieznaczne, ale spodziewany wzrost w warunkach silnej koniunktury budowlanej może okazać się największy.

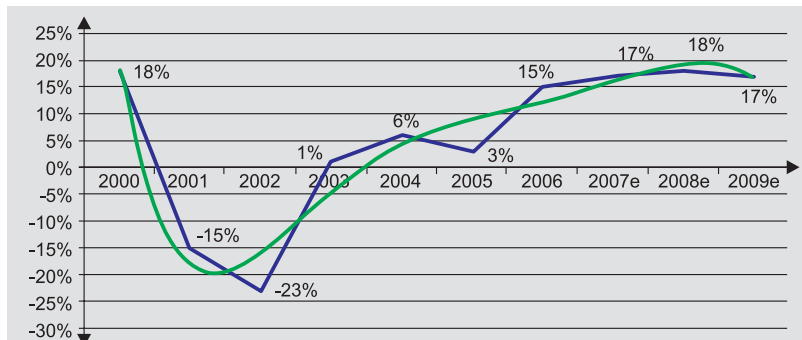
Popyt na materiały budowlane, a więc i płytki ceramiczne w pod-



Rys. 1. Polski rynek płytek ceramicznych. Dane: SKWIERCZYŃSKI MANAGEMENT Jacek Skwierczyński



Rys. 2. Dynamika produkcji budowlano-montażowej w Polsce w latach 2000 - 2009, na podstawie danych GUS



Rys. 3. Dynamika produkcji budowlano-montażowej w budownictwie mieszkaniowym, na podstawie danych GUS



Kolekcja Sophistic

Fot. Ceramika Paradyż



Kolekcja Esmeralda
Fot. archiwum Opoczno S.A.

stawowym stopniu uzależniony jest od koniunktury w budownictwie (produkcja budowlano-montażowa) oraz siły nabywczej społeczeństwa. Korzystne tendencje w obu zakresach zanotowane w ostatnim okresie, wskazują na perspektywy rozwoju rynku materiałów budowlanych, w tym również płytek ceramicznych. Popyt na mieszkania jest w dalszym ciągu niezaspokojony. Można więc oczekiwać, że ze strony rynku konsumenckiego, w najbliższych latach nadal będzie rosło zapotrzebowanie na materiały wykończeniowe. Trend ten powinny dodatkowo wzmocnić nakłady na remonty i modernizacje, które w ostatnich latach wyraźnie rosły, a potencjał w tym zakresie jest w dalszym ciągu duży. Dynamicznie rozwija się również budownictwo przemysłowe, handlowe i biurowe. Należy jednak założyć, że rozwój tego typu budownictwa jest w dalszym ciągu przed nami.

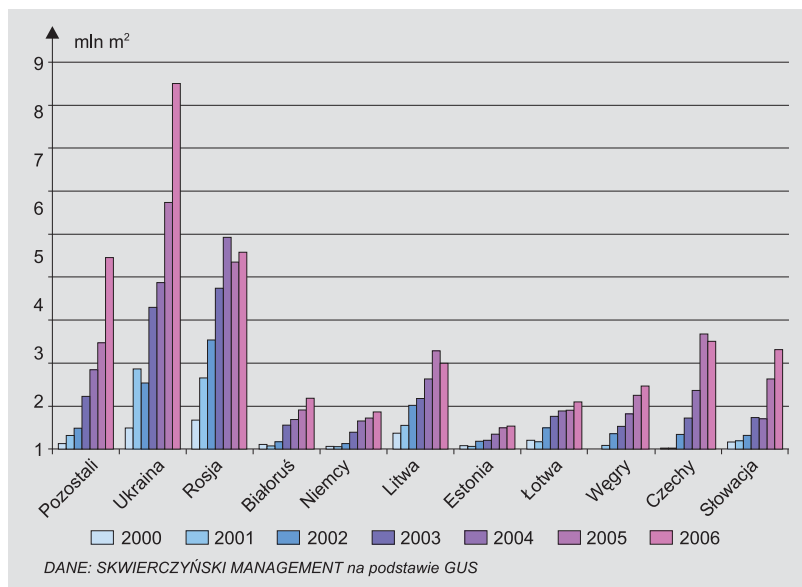


Kolekcja Madera
Fot. archiwum ZPiWS Jacek Pilch

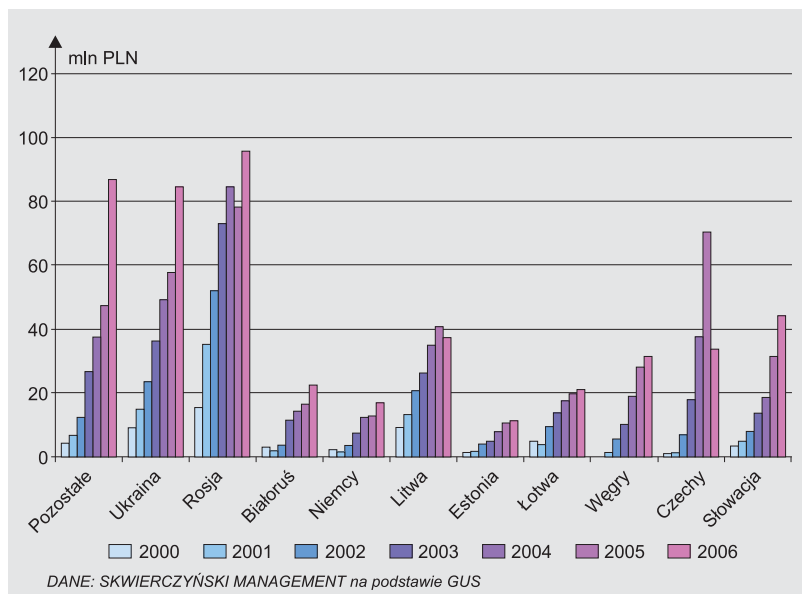
Proces będzie wspierany ogromnymi inwestycjami finansowanymi ze środków unijnych, których Polska jest największym beneficjentem w okresie programowania 2007 – 2013.

Każdy z segmentów budownictwa ma własną specyfikę i preferencje. Odbiorcy indywidualni i inwestorzy z sektora modernizacyjno-remontowego są najbardziej zainteresowani jakością produktów. W przypadku budownictwa przemysłowego podstawowe znaczenie ma cena produktu oraz dokumenty potwierdzające tę jakość i dopuszczające do wprowadzenia na rynek.

Popyt wewnętrzny jest podstawowym elementem rozwoju rynku. Moce produkcyjne polskich producentów płytek ceramicznych przekraczają popyt krajowy. Naturalną więc konsekwencją jest zwiększanie eksportu. Ekspansja zagraniczna jest widoczna w strategiach działania większości polskich producentów. Najważniejszym kierunkiem eksportowym w dalszym ciągu jest Rosja i rynki wschodnie, ale sukcesywnie polskie firmy ceramiczne zdobywają pozycję na rynkach Unii Europejskiej. W najbliższych latach najważniejsze pozostaną jednak rynki wschodnie (rysunek 4 i 5).



Rys. 4. Polski eksport w latach 2000 – 2006



Rys. 5. Wartość polskiego eksportu w latach 2000 – 2006

2006 r. nie był szczególnie udany jeśli chodzi o rentowność sprzedaży płytek ceramicznych polskich producentów. Z jednej strony działał efekt kończącej się ulgi remontowej, co spowodowało łączny wzrost przychodów producentów krajowych o ponad 30%. Z drugiej od dawna oczekiwane ożywienie na rynku płytek ceramicznych, związane z koniunkturą w budownictwie, nie nadeszło, dlatego końcówka roku dla większości producentów była słabym okresem handlowym.

Wyraźne ożywienie popytu na płytki ceramiczne na rynku krajowym nastąpiło na początku 2007 r. Umożliwiło to większości producentom poprawę rezultatów na każdym poziomie rachunku zysków. Nieznaczny spadek rentowności spowodowany był przede wszystkim niekorzystnym kształtowaniem się kursów walutowych.

W II kwartale 2007 r. utrzymało się ożywienie na rynku materiałów budowlanych, zapoczątkowane w I kw. Jednak w II kw. bardziej wzrósł popyt na płytki wysokomarżowe, niż na inwestycyjne, które są głównym produktem Cersanit.

W pierwszym półroczu 2007 r. widoczne było silniejsze niż w latach poprzednich ożywienie popytu również na płytki inwestycyjne oraz gres techniczny. Jednak w tym segmencie największa konkurencja na polskim rynku jest ze strony producentów z Chin (import ponad 1,0 mln m² 2006 r.).

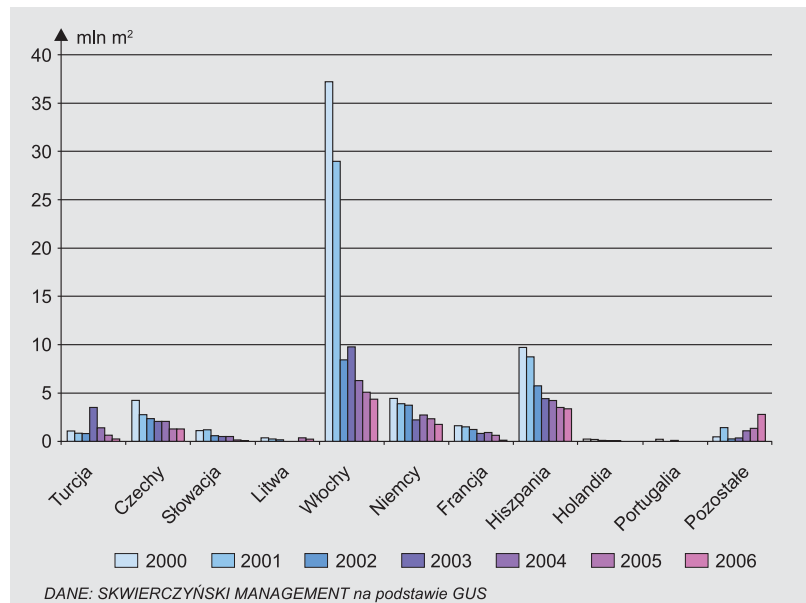
Przychody ze sprzedaży w II kwartale 2007 r. wzrosły o ponad 25% w porównaniu z analogicznym okresem 2006 r. (sprzedaż krajowa wzrosła o prawie 30% a eksport o ponad 15%). Można oszacować, że w analizowanym okresie producenci płytek ceramicznych wypracowali zysk operacyjny na poziomie ok. 15% wyższym niż w analogicznym okresie ubiegłego roku.

Obiecujące doniesienia z rynku budowlanego i mieszkaniowego wyraźnie podziały na wyobraźnię producentów, którzy zaczęli oczekiwać przełożenia się koniunktury na sprzedaż materiałów wykończeniowych już w 2007 r. Tymczasem wydaje się, że dobra koniunktura w budownictwie może wpływać na poprawę popytu na materiały ceramiczne w cyklu długo-



Kolekcja Euforia

Fot. archiwum Cersanit S.A.



Rys. 6. Import płytek ceramicznych w latach 2000 – 2006

falowym, począwszy od 2007 r. Spowalniająco na branżę płytek ceramicznych będzie wpływać nadpodaż płytek, stymulowana dodatkowo importem, wspieranym przez umacniającą się złotówkę. Na rysunku 6 przedstawiono wielkość importu płytek ceramicznych w latach 2000 – 2006. Przewiduje się, że w 2008 r. sektor krajowy zanotuje rekordowy poziom sprzedaży.

Jeśli deklarowane przez przedsiębiorstwa krajowe wyniki w sprzedaży zostaną osiągnięte, to polski sektor ceramiczny zanotuje nowy, ale także oczekiwany rekord w swojej historii. Podwojenie wielkości eksportu i wystarczająca siła, aby w przyszłym roku przekroczyć, wspólnie z koniunkturą w budownictwie, magiczną jeszcze kilka lat temu wielkość sprzedaży 100 mln m² rocznie.