

Biznes – gospodarka

Kupując polskie, dajesz innym pracę

Rozmowa z JANUSZEM KOMURKIEWICZEM – członkiem zarządu firmy FAKRO, prezesem Związku Polskie Okna i Drzwi

– Pani dyrektorze, jest Pan optymistą czy realistą?

– Zawsze staram się być optymistą. To było pierwsze zdanie, ale w drugim dodam, że swój wrodzony optymizm zwykle opieram na realnych liczbach i perspektywach.

– No więc jak Pańskim zdaniem wyglądają te liczby i perspektywy końcem kwietnia 2020 r. Jaką prognozę przewiduje Pan dla polskiej gospodarki?

– Dla całej gospodarki nie odważę się o prognozy, ale powiem oczywiście o branży budowlanej, bo taką reprezentuję: w przyszłość patrzę z umiarkowanych optymizmem.

– Bardzo dyplomatycznie. Skąd ten umiarkowany optymizm?

– Należałoby zacząć od przeanalizowania, co działo się w branży przez ostatnie lata. Otóż budownictwo w Polsce nieustająco było na fali wznoszącej. Od kilkunastu lat oddawanych jest do użytku coraz więcej mieszkań, a w 2019 r. padł rekord – ponad 200 tysięcy nowych mieszkań. To z jednej strony był powód do dumy dla branży, z drugiej pewien problem. Popyt był bowiem bardzo wysoki, a podaż ledwie za nim nadążała.

– Każda branża chciałaby mieć takie kłopoty.

– Zgoda, ale jednocześnie napędzało to ceny usług i materiałów, a w efekcie bardzo dynamicznie rosły ceny mieszkań, szczególnie w dużych miastach. Potencjalni nabywcy nie byli z tego powodu szczęśliwi, brakowało na rynku materiałów, ale przede wszystkim trudno było o wykonawców. I oto mamy kwiecień 2020 r. i popyt nagle zmalał. Jednocześnie branża ciągle pracuje w wysokim tempie.

– Czyli mamy stagnację?

– Stagnację jeszcze nie, ale na pewno spowolnienie, co w branży budowlanej nadal oznacza dobry wynik. Popyt już nie rośnie, ale ciągle utrzymuje się na wysokim poziomie. Wbrew obawom wielu analityków, którzy wieszczą kryzys, obecna sytuacja wpływa na racjonalizację całej branży.

– W pierwszym tygodniu narodowej izolacji media informowały, że Polacy masowo ruszyli do marketów budowlanych, by nadrobić zaległości w remontowaniu, wykańczaniu i domowym majsterkowaniu.

– Trzeba zaznaczyć, że rynek podzielony jest na dwa segmenty – pierwotny, czyli nowe budownictwo, zdominowane przez dużych



Janusz Komurkiewicz

Sytuacja jest bardzo dynamiczna, więc bałbym się wrzucania wszystkich do jednego worka z napisem „katastrofa gospodarcza”. Oczywiście dobry stan branży budowlanej to efekt siły rozpędu, ale dalsza dynamika zależy od siły nabywczej potencjalnych klientów

developerów, ale też budownictwo indywidualne. Drugi segment to remonty i adaptacje, na którym dominują mali klienci, wręcz majsterkowicze. Te duże budowy lekko spowolniły, a to jest związane z absencją w branży z powoduwarantanny, zwolnień lekarskich, czy opieki nad dziećmi. Z kolei popyt napędza się poprzez drobne, masowe remonty. Ten drugi segment wyrównuje lekkie zahamowanie segmentu nowych mieszkań.

– Faktycznie jest Pan programowym optymistą. Tymczasem nawet poważne media serwują nam codziennie w tytułach określenia: masakra, Armagedon, katastrofa gospodarcza. Co Pan myśli czytając takie tytuły?

– Myślę, że sytuacja jest poważna, ale poszczególne branże w bardzo różnych stopniach dotknięte są przez kryzys, więc raczej bym nie uogólniał. Jak porównać firmy kurierskie, które poszukują nowych

pracowników, do branży turystycznej, w której ruch zamarł całkowicie? To są dwa różne bieguny – jedni zwalniają, inni poszukują ludzi do pracy. Sytuacja jest bardzo dynamiczna, więc bałbym się wrzucania wszystkich do jednego worka z napisem „katastrofa gospodarcza”. Oczywiście dobry stan branży budowlanej to efekt siły rozpędu, ale dalsza dynamika zależy od siły nabywczej potencjalnych klientów, a z tym może być niebawem różnie. No chyba, że odmrażanie gospodarki przebiegnie sprawniej niż sobie to dzisiaj wyobrażamy, ale to zależy od wielu czynników.

– Prezes FAKRO był wśród przedsiębiorców, z którymi rząd konsultował rozwiązania tarczy antykryzysowej.

– Ostatnia telekonferencja z prezydentem RP w tej sprawie dotyczyła głównie nowego rządowego programu pn. „Kupuj świadomie – wybieraj PRODUKT POLSKI”,

który ma na celu rozpropagowanie wśród Polaków patriotyzmu konsumenckiego. Dyskutowano też o potrzebach przedsiębiorców, by jak najmniej poobijani przetrwali ten trudny okres.

– Rozumiem, że FAKRO z satysfakcją rozmawiało o programie „Kupuj świadomie – wybieraj PRODUKT POLSKI”, wszak związana z firmą Fundacja Pomyśl o Przyszłości, od lat namawia Polaków do sięgania na półce po polskie wyroby.

– To prawda, z chęcią i satysfakcją włączyliśmy się w tę dyskusję. Od dawna dysponujemy bowiem raportami, materiałami i szczegółowymi wycenieniami, jak ważne jest świadome uczestnictwo polskich konsumentów w kondycji polskiej gospodarki. Dobrobytu Polaków nie zapewniają zagraniczni inwestorzy, którzy realizują politykę centrali i dzisiaj inwestują tutaj, jutro gdzie indziej. Stan naszej gospodarki i naszych portfeli zależy głównie od naszych konsumenckich wyborów. W momencie odmrażania gospodarki świadome sięganie po towary będzie szczególnie istotne i może w dużej mierze zadecydować, jak szybko poradzimy sobie z kłopotami ekonomicznymi wywołanymi pandemią.

– Chciałby Pan teraz zawołać „A nie mówiliśmy!”

– Nie czas teraz na udowadnianie, kto miał rację namawiając do pewnych zachowań i nawyków konsumenckich. Powiem tak – z jednej strony mamy wielką satysfakcję, z drugiej czujemy delikatny żal, że potrzeba było aż pandemii i światowego kryzysu, by głośno mówić o rzeczach oczywistych i wyborach, do których Fundacja Pomyśl o Przyszłości przekonuje już od kilku lat. To nie jest zresztą wyłącznie polski pomysł, bo w bardzo wielu krajach Unii Europejskiej toczy się taka sama dyskusja. Z jednej strony pani komisarz wspólnoty mówi o kupowaniu produktów europejskich, ale jednocześnie każdy rząd namawia obywateli do wspierania rodzimych producentów poprzez sięganie po ich towary. Dzisiaj ten program może się okazać szczególnie mocną bronią przed ubożeniem społeczeństwa. To prosty mechanizm – kupując polskie produkty sprawiamy, że ich wytwórca przetrwa, będzie się rozwijał i raczej będzie potrzebował nowych pracowników niż myślał o zwolnieniach.

– Rozwiązania proponowane przez rząd polskim przedsiębiorcom są dla przedsiębiorców satysfakcjonujące?

– One ciągle nie są satysfakcjonujące. Na tym etapie pomoc skierowana jest głównie dla małych i średnich firm. Duże firmy są nadal pomijane w proponowanej pomocy. W pewnym sensie jest to populizm wyborczy, bo małych firm – i automatycznie głosów ich właścicieli – są setki tysięcy, dużych

jest zdecydowanie mniej. Na razie nasze potrzeby zeszyły na dalszy plan, ale przecież dla każdej firmy pomoc jest istotna. Jednocześnie trzeba pamiętać, że jeśli upadnie duża firma, to pociągnie za sobą dziesiątki mniejszych. I w drugą stronę szybka odbudowa dużych firm napędzać będzie dziesiątki małych, które są ich poddostawcami i kooperantami. Staramy się to tłumaczyć rządzącym.

– Kiedy rozmawiamy 20 kwietnia, z sądeckich firm nie płyną informacje o zwolnieniach na masową skalę. Z ograniczeniami trzeba się jednak będzie liczyć.

– Oczywiście, że tak. Powiedziałem, że sytuacja jest niezła, ale dynamiczna. Wytlumaczę to na przykładzie firmy FAKRO. Na polskim rynku sprzedaż jest w miarę stabilna. Jesteśmy jednak dużym eksporterem – ponad połowa naszej sprzedaży trafia za granicę – a w wielu krajach nasi przedstawiciele zamknęli swoje siedziby. W takich krajach jak Belgia, Francja, Włochy decyzjami rządowymi firmy budowlane przestały pracować, więc nasz eksport spadł drastycznie, bo nawet o 50 procent. Ale mamy również takie sygnały, że np. na rynku holenderskim budownictwo nawet przyspiesza. Wspomniana Belgia, która jako jedna z pierwszych zamknęła swoje granice w ramach izolacji, powoli je otwiera i pierwsze nasze produkty zaczynają tam docierać. Liczymy się z tym, że ta sytuacja będzie się mocno zmieniać. Tak czy inaczej wiemy, że nastąpił spadek produkcji i na tym niższym poziomie będziemy teraz funkcjonować. Nie wiemy jak długo, ale musimy się dostosować do mniejszego popytu. W tym momencie absencja pracowników spowodowała, że nasze moce produkcyjne bilansują się z potrzebami sprzedaży. Rozważamy jednak różne scenariusze, m.in. przejście załogi na 0,8 wymiaru etatu, po to, aby dostosować moce produkcyjne do ilości zamówień.

– Dywersyfikacja produkcji przez FAKRO w czasach zarazy? Produkcja maseczek czy szycie kombinezonów z folii dachowej to będzie coś, co się na stałe wpisze do waszego portfolio?

– Wydaje się, że może tak się stać. Mówi się, że sytuacja po uderzeniu pierwszej fali pandemii nigdy nie będzie już taka sama, a same maseczki tak szybko nie znikną z naszej codzienności. Nasze maseczki są produktem innowacyjnym, zgłosiliśmy do opatentowania zastosowane w nich pewne rozwiązania, więc są one w dzisiejszych czasach bardzo atrakcyjne pod względem funkcjonalności. W katalogu naszych produktów z pewnością będą ciągle pojawiać się nowości, a maseczka już stała się jednym z nich.

**ROZMAWIŁ
WOJCIECH MOLENDOWICZ**