

**Вторая Всероссийская конференция  
«Реалии и перспективы российского мебельного рынка: о чем говорят  
маркетинговые исследования»**

*«ЕВРОЭКСПОМЕБЕЛЬ – 2006»,*

*МВЦ «Крокус Экспо»*

*Москва, 18 мая 2006г.*

**Данные опроса участников 1-ой  
конференции по вопросам развития  
мебельного рынка в 2005 году**

Подготовлено

©«НВМ Бизнес Консалтинг»



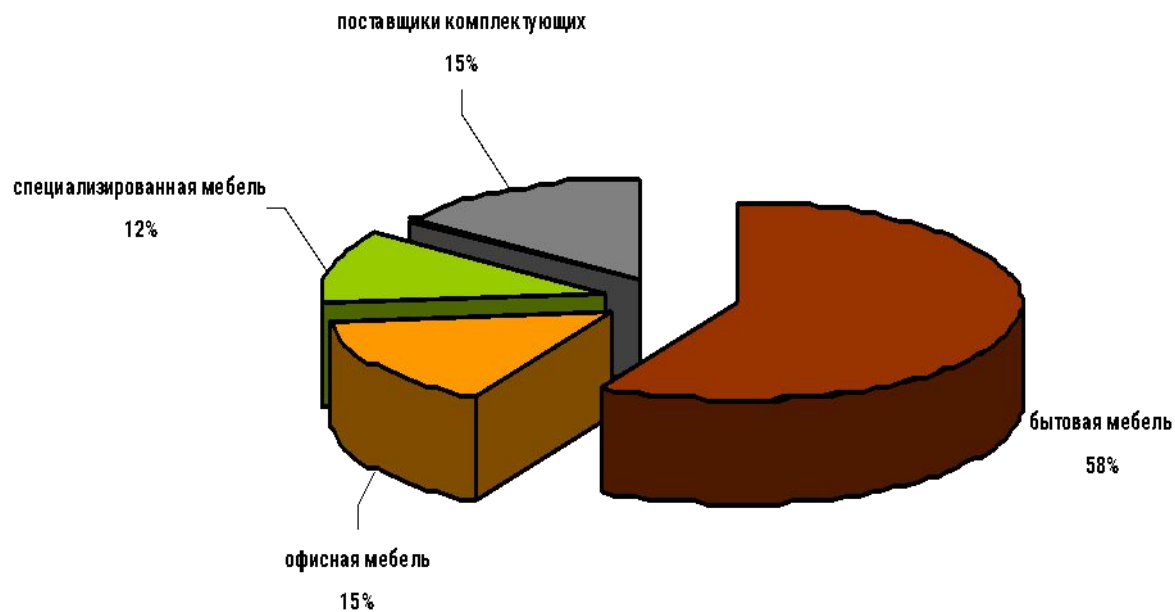
# Введение

- В мае 2005 года в рамках выставки «Евроэкспомебель 2005» прошла Первая Всероссийская конференция «Реалии и перспективы российского мебельного рынка: о чем говорят маркетинговые исследования»
- В конференции приняли участие 120 представителей мебельных компаний, производителей и продавцов мебели
- В апреле 2006 года при подготовке 2-ой конференции агентством «NVM Бизнес Консалтинг» был проведен опрос участников предыдущей конференции по теме развития мебельного рынка
- Опрос проводился в форме развернутого интервью по стандартизированной анкете, в опросе приняли участие 100 респондентов

# Данные о респондентах

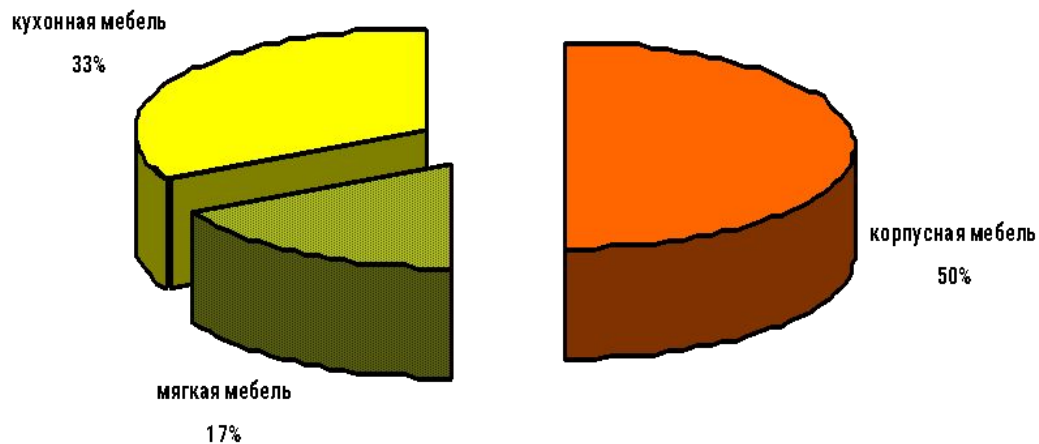
# Данные о распределении респондентов по специализации

Долевое распределение респондентов по специализации



# Распределение респондентов в сегменте бытовой мебели

Долевое распределение респондентов в сегменте бытовой мебели



# Развитие мебельного рынка в 2005 году

# Мнения респондентов о развитии рынка мебели в 2005 году

*(произошел ли рост объемов продаж в 2005 году)*

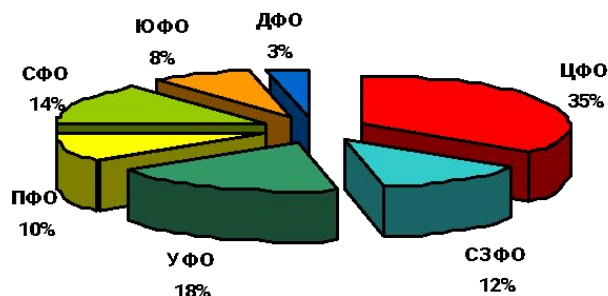
- По данным респондентов в 2005 году рост **мебельного рынка** составил 14%, так считает 82% респондентов. *18% респондентов считают, что мебельный рынок сократился на 10,7%.*
- **С точки зрения производителей бытовой мебели** рынок продаж в бытовом сегменте вырос на 14,6%.
- **С точки зрения производителей офисной мебели** потребительский рынок офисной мебели вырос на 16,6%.

# Наиболее активные и перспективные региональные рынки с точки зрения потребительского спроса

- Наиболее активными и перспективными для развития региональными рынками с точки зрения потребительского спроса по данным опроса респондентов являются Центральный, Уральский и Сибирский Федеральные Округа

Доли активных и перспективных регионов с точки зрения роста потребительского спроса по округам РФ

*(по данным опросов представителей мебельных компаний)*



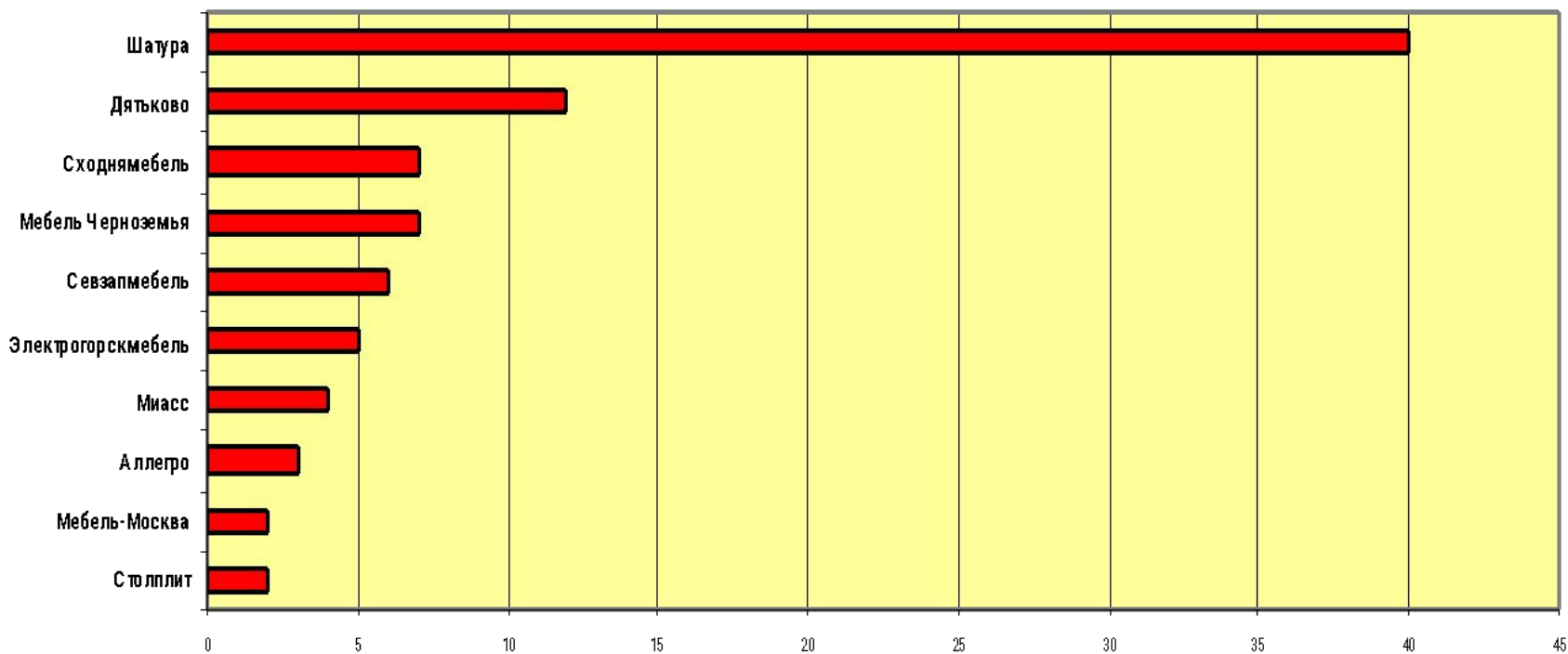


# Компании лидеры

# Компании – лидеры в сегменте корпусной мебели

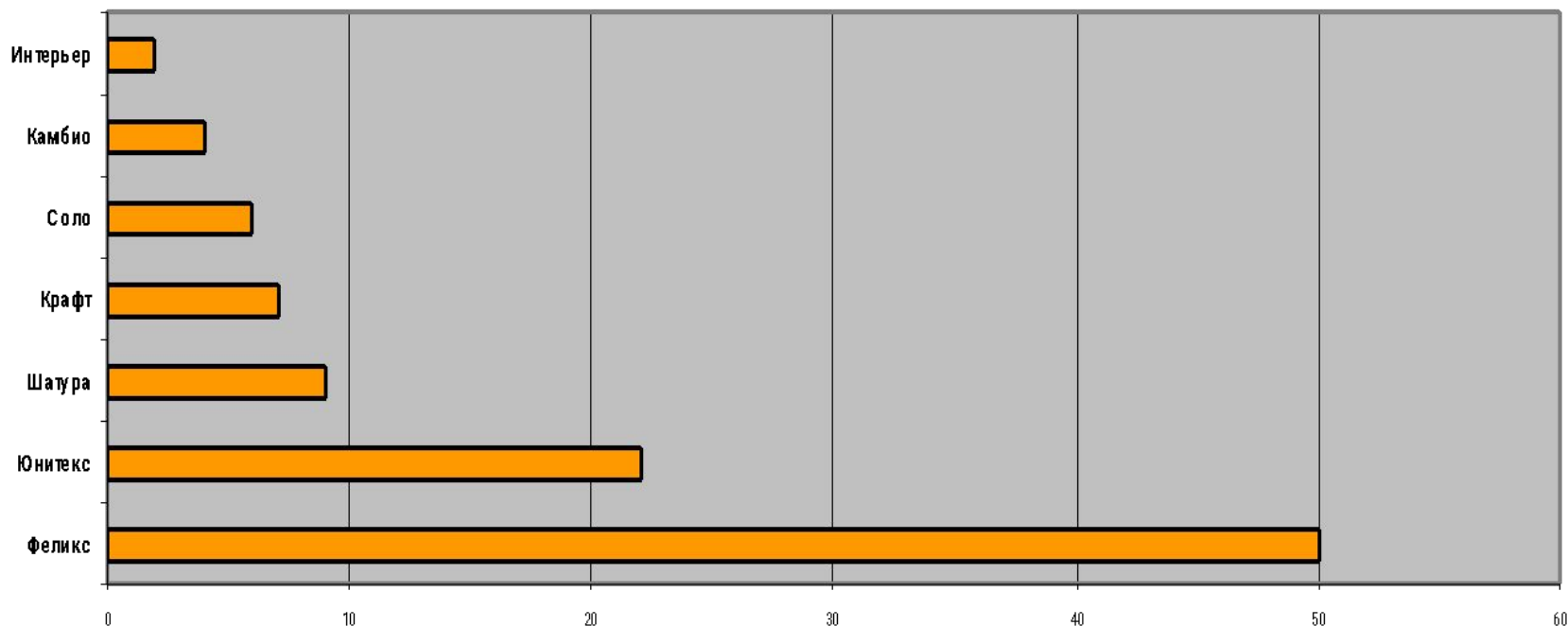
(по данным опросов респондентов)

Какие компании - производители являются лидерами в сегменте корпусной мебели  
(по мнению опрошенных респондентов)



# Компании – лидеры в сегменте офисной мебели (по данным опросов респондентов)

Какие компании являются лидерами в сегменте офисной мебели  
(по мнению опрошенных респондентов)



# Использование импортных и российских комплектующих

# Использование импортных и российских комплектующих при производстве мебели (плитные материалы)

- По данным опроса 60% производителей мебели используют в своем производстве мебели отечественные плитные материалы.
- **24%** - респондентов используют в своем производстве импортные плитные материалы
- **16%** респондентов используют отечественные и импортные плитные материалы
- Большинство опрошенных (57%) считают, что доля импортных плитных материалов не изменилась, 36% опрошенных считают, что доля импортных плитных материалов сократилась в среднем на 5% по сравнению с 2004 годам.

# Использование импортных и российских комплектующих при производстве мебели (фасадные элементы)

- **68%** опрошенных используют фасадные элементы российского производства
- **23%** - импортные
- **9%** - российские и импортные

*Большинство опрошенных (50%) считают, что доля импортных фасадных материалов не изменилась. По мнению 40% опрошенных доля импортной составляющей по фасадным элементам сократилась в среднем на 6% по сравнению с 2004 годом*

# Использование импортных и российских комплектующих при производстве мебели (фурнитура, крепежные материалы)

- По данным опроса только **17%** производителей мебели используют в своем производстве мебели отечественную фурнитуру и крепежные материалы.
- **57%** респондентов используют импортную фурнитуру и крепежные материалы.
- **26%** респондентов используют как российскую так и импортную фурнитуру и крепежные материалы.

# Реклама и маркетинг



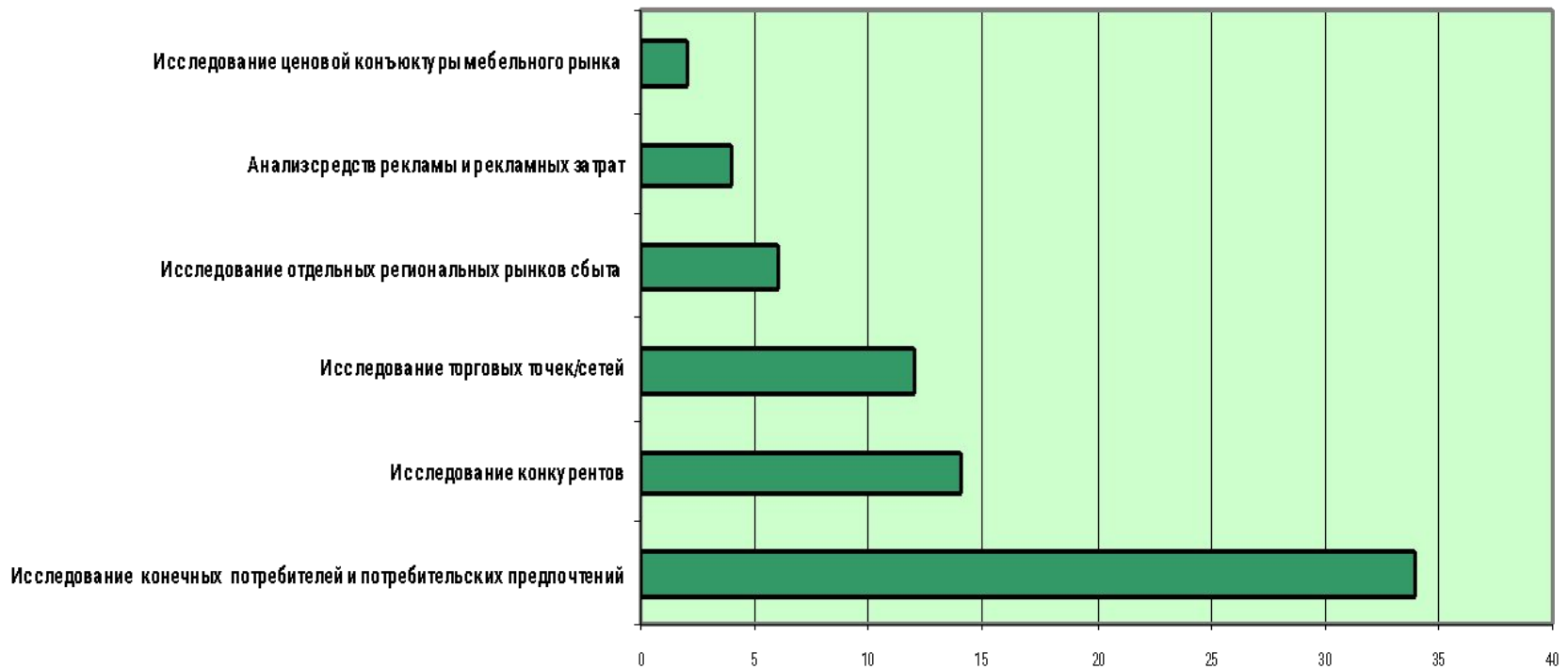
# Основные средства маркетинговых коммуникаций, используемые российскими мебельными компаниями

Распределение ответов респондентов по выбору наиболее эффективных средств маркетинговых коммуникаций



# Наиболее востребованные исследования на мебельном рынке

Предпочтения респондентов по видам исследований



# Перспективы развития

# Мнения респондентов по дальнейшим перспективам развития мебельного рынка

Рынок потребления мебели имеет тенденцию к активному росту (более 15-20% в год)	48%
Рынок потребления мебели близок к насыщению, рынок стабилизировался и будет расти менее активно (не более 5-10% в год)	15%
Рынок предложения насыщен продукцией российского и западного производства, конкуренция будет усиливаться, спрос снижаться, дальнейшего роста рынка не предполагается	5%
Активно растет импорт дешевой продукции из бывших стран СНГ и Китая, российские производители могут оказаться не конкурентноспособными по цене, доля российского производства будет сокращаться	25%
Рынок потребления будет расти по отдельным регионам	7%