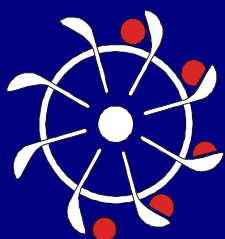


МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЕБЕЛИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
апрель 2008 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования	3
Полное содержание исследования	4
Список диаграмм	8
Список таблиц	10
Выдержки из исследования	11
Сегментирование продукции по основным наименованиям.....	11
Объем и емкость Рынка.....	13
Объем Рынка в денежном выражении.....	13
Темпы роста Рынка	14
Основные принципы ценообразования	17
Импорт продукции.....	18
Объемы импорта	18
Российское производство	18
Объемы российского производства	18
Соотношение объемов импорта и российского производства.....	20
Экспорт продукции	20
Объемы экспорта	20
Основные тенденции в потребительском сегменте	22

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования – анализ текущей ситуации на Рынке.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение объема и темпов роста Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Описание производителей
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок
- Выявление основных тенденций Рынка

Кол-во страниц: 98 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 32 диаграмм, 17 таблиц, 1 схема

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Методы сбора данных
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Общая экономическая ситуация
Динамика валового внутреннего продукта
Уровень инфляции
Уровень доходов населения
Описание отрасли
Деревообрабатывающая промышленность
Описание влияющих Рынков
Рынок ДСП и ДВП
Рынок жилищного строительства
Рынок офисной недвижимости
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Определение продукции
Сегментирование продукции по основным наименованиям
Офисная мебель
Мягкая мебель
Технологии изготовления мягкой мебели
Садовая мебель
Кухонная мебель
Корпусная мебель
Сегментация в зависимости от материала
Ценовое сегментирование Продукции
Тенденции различных сегментах Продукции

Тенденции в сегментах различных видов Продукции
Тенденции в технологических сегментах
Тенденции в ценовых сегментах
Основные количественные характеристики Рынка
Объем и емкость Рынка
Объем Рынка в денежном выражении
Емкость Рынка
Темпы роста Рынка
Влияние сезонности на Рынок
Сбытовая структура Рынка
Цепочка движения товара
Краткое описание основных сегментов участников Рынка
Производители Продукции
Дистрибьюторы продукции
Розничный сектор
Основные принципы ценообразования
Объемы российского производства, импорта и экспорта
Импорт продукции
Объемы импорта
Российское производство
Объемы российского производства
Соотношение объемов импорта и российского производства
Экспорт продукции
Объемы экспорта
Соотношение экспорта и импорта
Конкурентный анализ
Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции
Основные параметры конкуренции
Основные производители в сегменте мебели для дома. Описание профилей крупнейших компаний
Шатура
8 МАРТА
Сходня – мебель

Фабрика МООН

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Основные производители в сегменте офисной мебели. Описание профилей крупнейших компаний

ЮНИТЕКС

Сравнительная характеристика крупнейших производителей офисной мебели, по основным параметрам

Анализ потребителей

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

B2B рынок:

B2C рынки:

Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуг

Критерий выбора садовой мебели.

Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Корпусная мебель

Кухонная мебель

Мягкая мебель

Офисная мебель

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги

Зависимость спроса на Продукцию или Услуги от различных характеристик потребителя. Эластичность спроса.

Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)

Основные тенденции в потребительском сегменте

Обобщающие выводы и рекомендации

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах



Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Приложение

Приложение 1. Материалы и технологии, применяемые в производстве мебели

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Рост ВВП 2005 – 2011 г.г. (прогноз), %
- Диаграмма 2. Динамика роста объема ВВП, млрд. руб.
- Диаграмма 3. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 2011 (прогноз) гг., %
- Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, тыс. руб.
- Диаграмма 5. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, % к соответствующему периоду предыдущего года
- Диаграмма 6. Темпы роста производства основных видов продукции лесопромышленного комплекса, 2007г., %
- Диаграмма 7. Темпы прироста производства продукции из ДСП, ДВП в 2007г., %
- Диаграмма 8. Динамика объема российского рынка ДСП в 2002-2007г.г., млн. куб.м.
- Диаграмма 9. Динамика объема российского рынка ДВП в 2002-2006 гг. и прогноз на 2007 г., млн.кв.м.
- Диаграмма 10. Динамика изменения объемов жилищного строительства 2005 – 2007 г.г. , млн. кв. м
- Диаграмма 11. Представленность товарных категорий в сегменте «детская мебель», в % от количества компаний
- Диаграмма 12. Доля ценовых сегментов кухонной мебели на рынке в натуральном и денежном выражении, %
- Диаграмма 13. Объем сегмента мебели в 2007 г. и прогноз на 2008-2012 г., млрд. долл.
- Диаграмма 14. Прогноз динамики роста рынка мебели на 2007-2012г.г., %
- Диаграмма 15. Динамика роста рынка офисной мебели в 2003-2007г.г., %
- Диаграмма 26. Доля Федеральных Округов в производстве мебельной продукции в 2007г., %
- Диаграмма 37. Направления продаж мебельных компании, %
- Диаграмма 48. Затраты на производство мебели, 2007г.
- Диаграмма 19. Динамика импорта в 2004-2007г.г., млн. долл., %
- Диаграмма 20. Производство мебели в федеральных округах в 2007г., %
- Диаграмма 21. Динамика экспорта мебельной продукции в 2004-2007г.г., млн.

долл., %

Диаграмма 22. Темпы роста экспорта/импорта мебели в 2004-2007г.г., %

Диаграмма 23. Уровень среднедушевого потребления мебели и стадии развития рынка мебели

Диаграмма 24. Выбор мебели в зависимости от страны-производства, %

Диаграмма 25. Места покупок мебели в Москве, в среднем ценовом сегменте, %

Диаграмма 26. Потребление корпусной мебели, %

Диаграмма 27. Предпочтения по цветовой гамме корпусной мебели, %

Диаграмма 28. Предпочтения по материалу кухонных фасадов, %

Диаграмма 29. Предпочтения в сегменте мягкой мебели в зависимости от способа трансформации, %

Диаграмма 30. Известность производителей офисной мебели, %

Диаграмма 31. Факторы, влияющие на выбор мебельного магазина, %

Диаграмма 32. Использование рекламных носителей в 2006г, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Рисунок 1. Типы продукции

Рисунок 2. Сбытовая структура рынка

Таблица 1. Производство основных видов продукции лесопромышленного комплекса в 2005-2007г.г.

Таблица 2. Объем производства ДСП, ДВП в 2007г.

Таблица 3. Импорт ДСП и ДВП в 2006-2007г.г.

Таблица 4. Экспорт ДСП и ДВП в 2006-2007г.г.

Таблица 1. Ценовое сегментирование товарной группы «мебель»

Таблица 2. Ценовое сегментирование кухонной мебели, за погонный метр, долл.

Таблица 3. Объем рынка мебели России в 2005-2007г.г.

Таблица 8. Импорт мебели в 2006-2007г.г., тыс.долл.

Таблица 9. Импорт мебели из Китая в 2006-2007г.г.

Таблица 10. Объем российского производства мебели в 2006-2007г.г., шт.

Таблица 11. Соотношение объемов импорта и российского производства мебели

Таблица 12. Объем экспорта мебели в 2006-2007г.г., тыс. долл.

Таблица 13. Соотношение экспорта и импорта мебельной продукции в 2007г., млн. долл., %

Таблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших производителей офисной мебели

Таблица 5. Сравнительная характеристика крупнейших производителей мебели для дома, по основным параметрам

Таблица 16. STEP-анализ рынка

Таблица 17. Возможные риски, связанные с Рынком

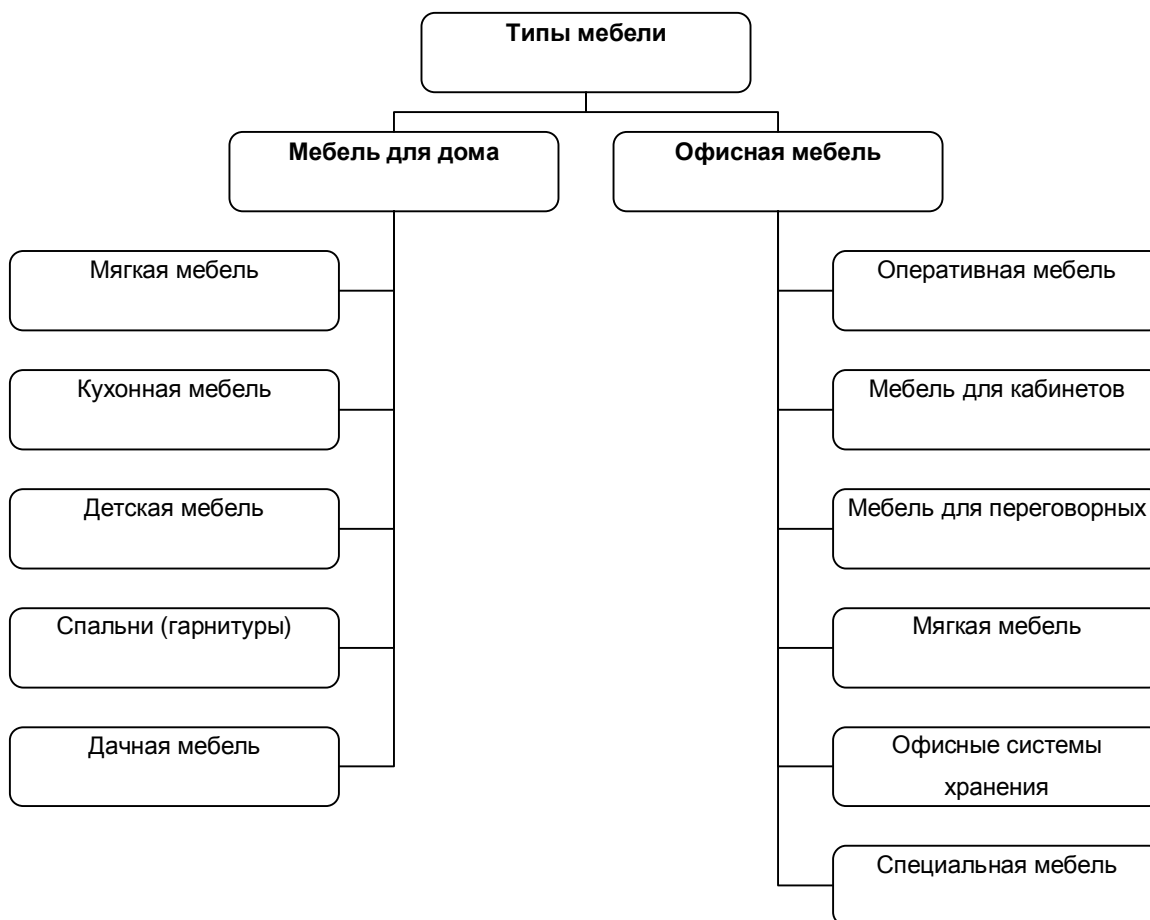
ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

По результатам исследований, проведенных специалистами мебельного рынка России, можно выделить наиболее популярные типы мебели у потребителей. Согласно ГОСТ 20400-80 «Продукция мебельного производства. Термины и определения» мебель разделяется по функциональному назначению:

- мебель для хранения (корпусная)
- мебель для сидения и лежания
- мебель для работы и приема пищи
- мебель прочая

РИСУНОК 3. ТИПЫ ПРОДУКЦИИ

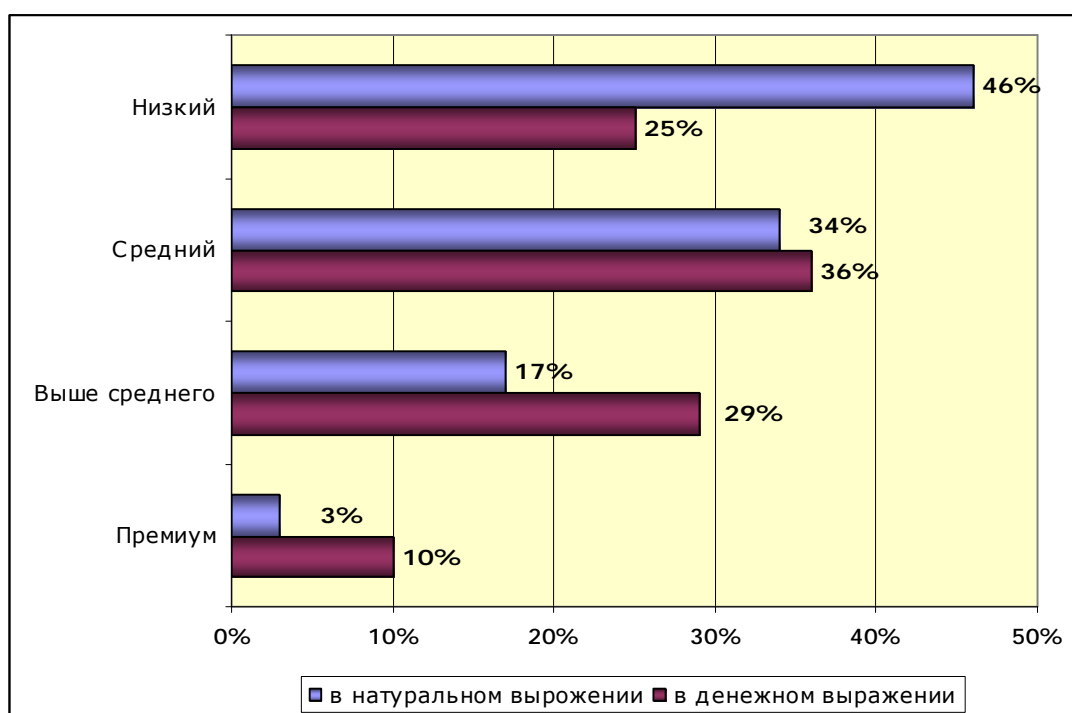


Источник: «МА Step by Step»

Рассмотрим каждый из представленных сегментов более подробно (в отчёте подробно описана вся линейка сегментов)

Рассмотрим, какую долю на рынке занимает кухонная мебель в различных ценовых сегментах.

ДИАГРАММА 1. ДОЛЯ ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТОВ КУХОННОЙ МЕБЕЛИ НА РЫНКЕ В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, %



Источник: «Мебельное обозрение», 2006г.

Как видно из диаграммы, в натуральном выражении, наибольшую долю рынка занимает кухонная мебель низкого ценового сегмента, однако в стоимостном выражении лидирует средний ценовой сегмент, на его долю приходится 36% рынка.

ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Важно отметить, что мнения экспертов в оценке объемов рынка – расходятся. Это связано в первую очередь с влиянием теневого сектора на рынок, который по различным данным занимает от 20 до 40%

В 2007г. по экспертным оценкам, **объем рынка мебели составил 4,5-5 млрд. долл.**

ТАБЛИЦА 2. ОБЪЕМ РЫНКА МЕБЕЛИ РОССИИ В 2005-2007г.г.

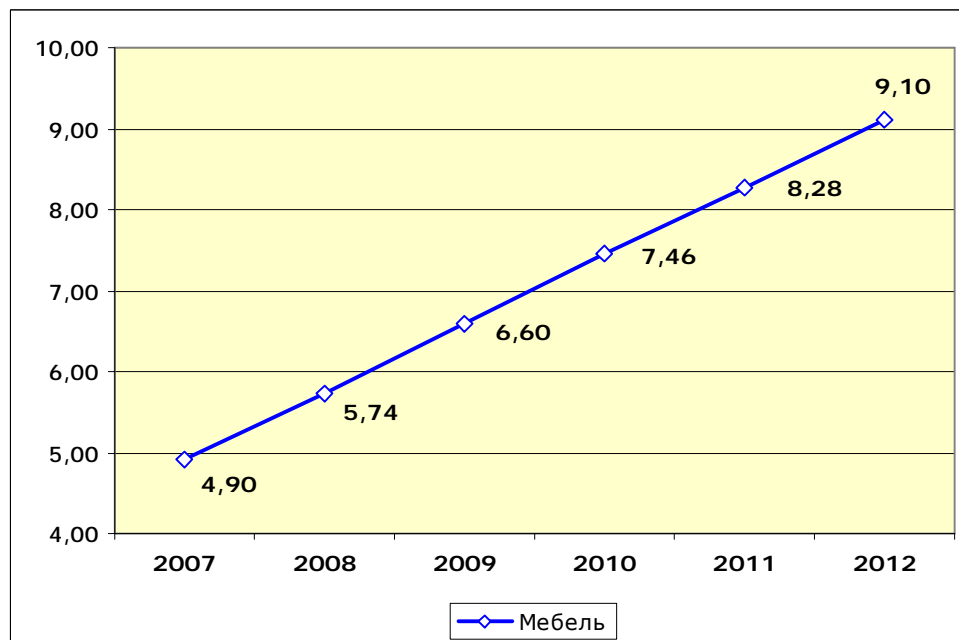
Объём рынка	2005		2006		2007
	Нижняя граница	Верхняя граница	Нижняя граница	Верхняя граница	
Объём рынка мебели					
Объём рынка офисной мебели					
Объём сегмента офисной деревянной мебели					
Объём сегмента офисной металлической мебели					

Источник: РосБизнесКонсалтинг, 2007 г.

Объём сегмента офисной мебели **в 2007г.** достиг отметки **1,1 млрд. долл.**

Рассмотрим прогноз развития рынка мебели до 2012г.

ДИАГРАММА 2. ОБЪЕМ СЕГМЕНТА МЕБЕЛИ В 2007 Г. И ПРОГНОЗ НА 2008-2012 Г., МЛРД. ДОЛЛ.



Источник: ГК Step by Step

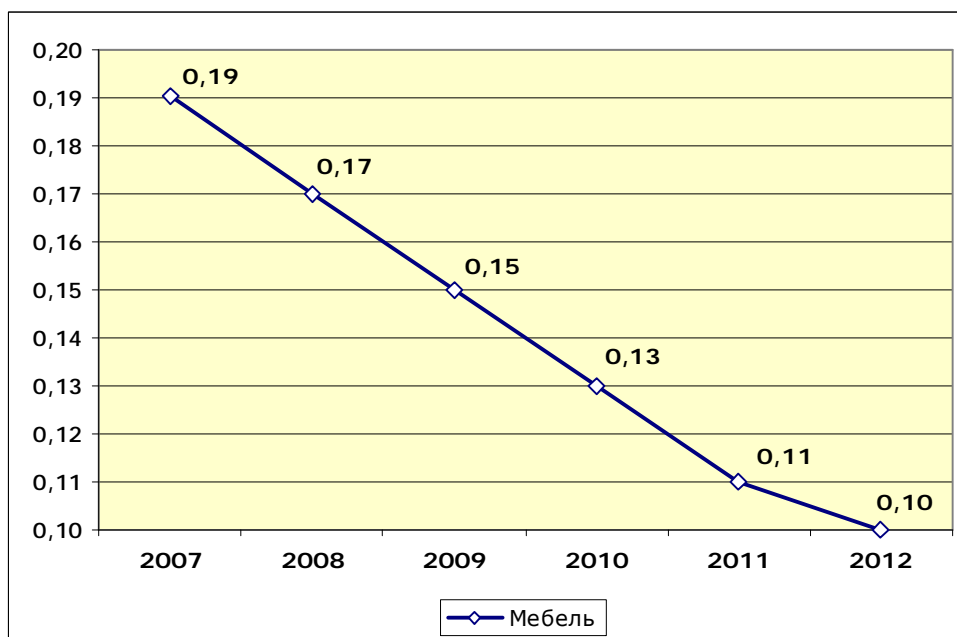
В 2012 году ожидается, что показатель объема сегмента «Мебель» достигнет порядка **9 млрд. долл.**

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

По данным отраслевых агентств, объем **мебельного рынка**, за **2007г.**, увеличился **на 34%**, а производство выросло на 23%. При этом согласно новейшему исследованию «Мебельного союза», лидерами роста продаж в 2007г. по-прежнему остаются кухонная мебель (рост – 20%) и мягкая мебель (24%).

Стоит отметить, что рост сегментов мебели для спальни, гостиной, детских комнат и кухни, происходит за счет снижения доли сегмента мягкой мебели. Так по оценкам экспертов в 2008г. объем сегмента мягкой мебели уменьшится, а темпы роста мебели для дома снизятся до 16%. Наибольшие темпы роста будет демонстрировать сегмент мебели для детских комнат.

ДИАГРАММА 3. ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ РОСТА РЫНКА МЕБЕЛИ НА 2007-2012Г.Г., %

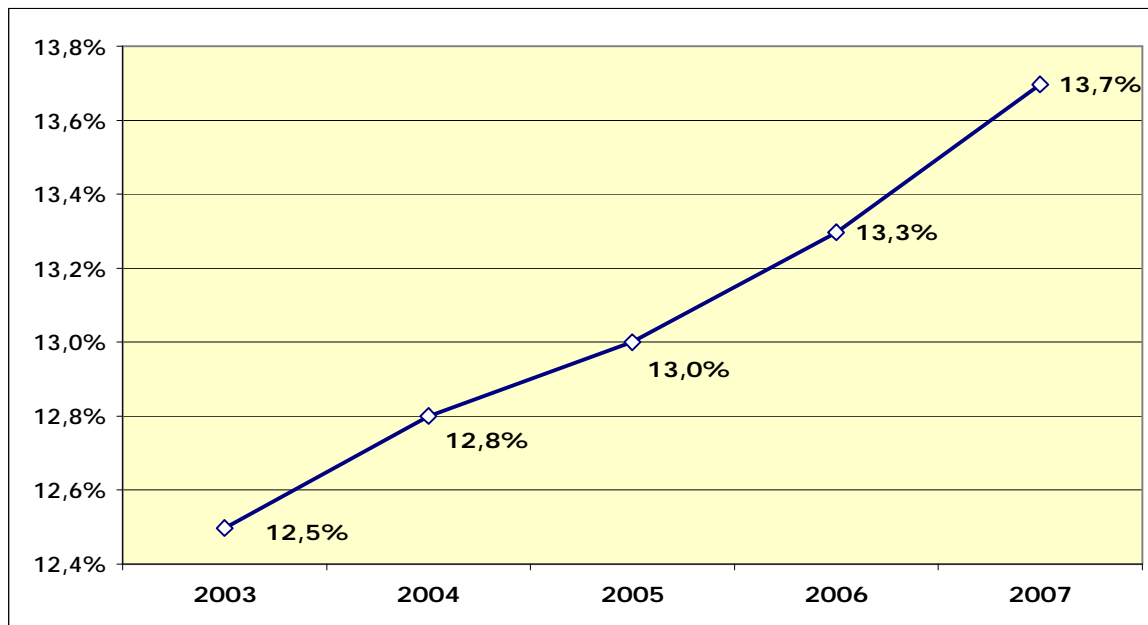


Источник: ГК Step by Step

В дальнейшем, ожидается снижение темпов роста рынка мебели, и к 2012г. темп роста составит 10%.

Рост рынка **офисной мебели** в 2006 году, по оценкам экспертов, составил 13,3%. Проследим динамику роста рынка офисной мебели.

ДИАГРАММА 4. ДИНАМИКА РОСТА РЫНКА ОФИСНОЙ МЕБЕЛИ В 2003-2007Г.Г., %



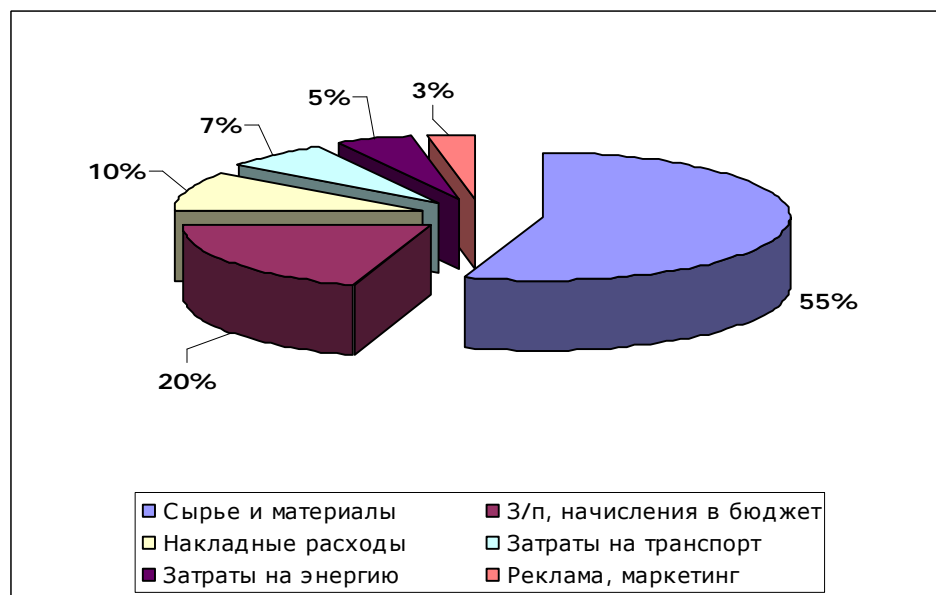
Источник: PRADO, Анализ ВЭД, оценка РБК, 2007 г.

Как видно, темпы роста на рынке офисной мебели ежегодно незначительно повышаются. Так, по прогнозам, в 2007 году темпы роста рынка офисной мебели составят 13-14%.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Рассмотрим основные статьи затрат на производство мебели, влияющие на цену продукции.

ДИАГРАММА 5. ЗАТРАТЫ НА ПРОИЗВОДСТВО МЕБЕЛИ, 2007г.



Источник: «Институт прикладных проблем бизнеса», 2007г.

Основную долю затрат на мебельное производство составляют расходы на сырье и материалы: порядка 55% от общей суммы затрат на производство. Наименьшая доля расходов в настоящее время приходится на рекламную и маркетинговую деятельность компаний.

Структура затрат в различных регионах может отличаться. Так в регионах, обеспеченных собственными ресурсами, необходимыми для мебельного производства, затраты связанные с сырьем значительно ниже по сравнению с регионами не имеющих собственных ресурсов и вынужденные закупать сырье в других областях.

ИМПОРТ ПРОДУКЦИИ

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА

В 2007 году самым существенным образом увеличился ввоз мебели из-за рубежа, в первую очередь, из стран дальнего зарубежья. Рост импорта из стран дальнего зарубежья составил 60%.

ТАБЛИЦА 3. ИМПОРТ МЕБЕЛИ В 2006-2007г.г., тыс.долл.

Наименование позиции	Импорт, тыс. \$		Темп 2007/2006, %%	Стоимость, \$/кг	
	2007 г.	2006 г.		2007 г.	2006 г.
<i>Дальнее зарубежье</i>					
Мебель для сидения					
Мебель медицинская					
Мебель прочая и её части					
Итого:					
Мебель для сидения					
Мебель прочая и её части					
Итого:					
Импорт, всего:					

Журнал «Мебельный бизнес», 2008г.

В целом же, в 2007г. объем импорта составил почти млрд. долл.

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

По данным Росстата, объем производства мебели в текущих ценах без НДС составил млн. рублей, или к уровню 2006 года.

ТАБЛИЦА 4. ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА МЕБЕЛИ В 2006-2007г.г., шт.

Ассортимент	Количество, шт.		Темп, %% 2007/2006 гг.,
	2007 г.	2006 г.	

Стол (включая детские)			
Стулья (включая детские)			
Кресла			
Шафы			
Диваны, тахты, кушетки			
Диваны-кровати			
Кровати деревянные			
Матрасы			

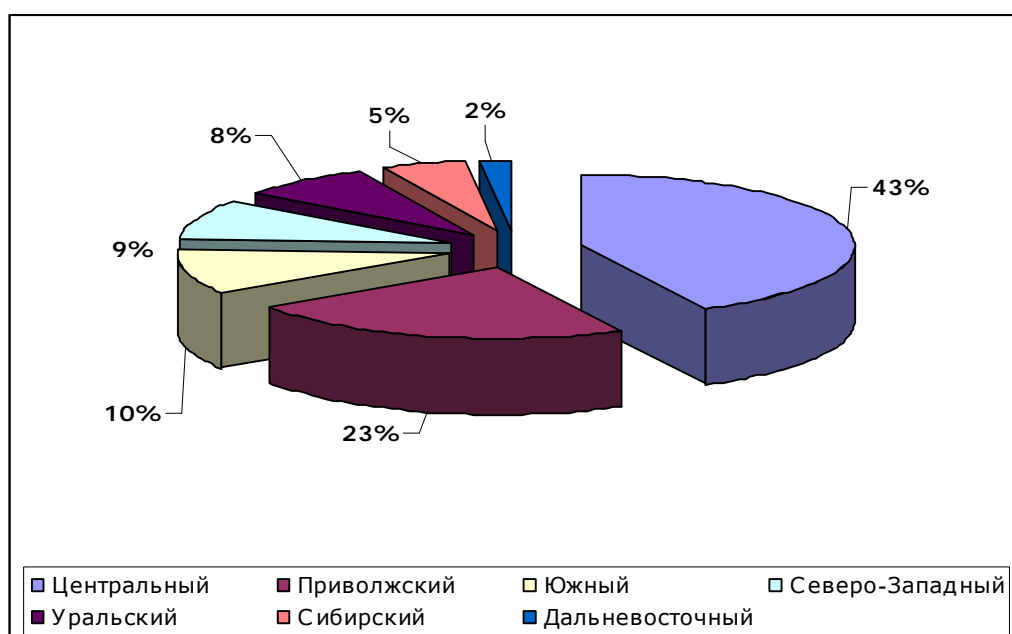
Журнал «Мебельный бизнес», 2008г.

При этом в натуральном выражении наибольшую долю в объеме производства мебели занимают:

- Столы
- Шафы
- Стулья

Около половины всего производства, приходится на центральный федеральный округ. Доля Приволжского федерального округа в объеме производства мебели, составляет 24%.

ДИАГРАММА 6. ПРОИЗВОДСТВО МЕБЕЛИ В ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГАХ В 2007г., %



Журнал «Мебельный бизнес», 2008г.

Доля других федеральных округов в структуре производства мебельной продукции не превышает 10%.

СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ИМПОРТА И РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Рассмотрим соотношение между объемом отечественного производства мебели и объемом импорта.

ТАБЛИЦА 5. СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ИМПОРТА И РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА МЕБЕЛИ

Происхождение товара	\$	\$ (%)
Импорт		
Российское производство		
Всего		

Итак, более трети российского рынка, формируется за счет продукции ввозимой из-за рубежа.

ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ

ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

В 2007г., в денежном выражении, было экспортировано продукции на сумму млн. долл.

ТАБЛИЦА 6. ОБЪЕМ ЭКСПОРТА МЕБЕЛИ В 2006-2007г.г., тыс. долл.

Наименование позиции	Экспорт, тыс. \$		Темп 2007/2006 гг., %%	Цена, \$/кг
	2007 г.	2006 г.		
<i>Дальнее зарубежье</i>				
Мебель для сидения				
Мебель медицинская				
Мебель прочая и ее части				
Итого:				
<i>Страны СНГ</i>				
Мебель для сидения				
Мебель медицинская				
Мебель прочая и её части				



Итого:				
Всего:				

Журнал «Мебельный бизнес», 2008г.

Как видно из таблицы, стоимость мебели, экспортируемой в страны СНГ, значительно выше, чем в страны дальнего зарубежья.

Объем экспортируемой продукции, на протяжении последних лет имеет тенденцию к росту, так экспорт мебели из России в 2007 г. увеличился на%. Однако, в сравнении с объемом импорта, темпы роста не столь впечатляющи.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СЕГМЕНТЕ

Поступательное вытеснение иностранных конкурентов из дорогих сегментов офисной мебели. Это явилось следствием грамотного использования российскими производителями своих конкурентных преимуществ. Среди которых:

- собственные производственные мощности внутри страны, гарантирующие быстрое производство и доставку
- конкурентная цена продукции (из-за отсутствия транспортных и таможенных расходов).

Можно отметить повышение спроса, в сегменте **кухонной мебели**, на глянцевые отделочные и облицовочные материалы.

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость



- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.