

TTR Centre

*Timber Training &
Research Centre*



**ΕΝΩΣΗ ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΩΝ
ΞΥΛΟΥΡΓΩΝ ΚΥΠΡΟΥ**



Τ.Ε.Ι. Λάρισας,

Παράρτημα Καρδίτσας



Τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου

**ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΟΥ
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

ΗΜΕΡΙΔΑ

«ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΩΝ WOOD PLASTICS COMPOSITES (WPCS) ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ
ΚΥΠΡΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΕΠΙΠΛΟΥ & ΞΥΛΟΥΡΓΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΩΝ»

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ ΠΟΡΕΙΑΣ ΤΟΥ ΚΥΠΡΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΕΠΙΠΛΟΥ & ΞΥΛΟΥΡΓΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΩΝ

Δρ. Ιωάννης Παπαδόπουλος
Αν. Καθηγητής

**Λευκωσία, Σάββατο 30 Ιανουαρίου 2009
Intercollege – Πανεπιστήμιο Λευκωσίας**

email: papad@teilar.gr



- ❖ Ο έντονος ανταγωνισμός επιβάλλει τη **γνώση και πληροφόρηση** των αποτελεσμάτων σχετικών ερευνών και των προοπτικών (ευκαιρίες ή κίνδυνοι – απειλές) που υπάρχουν για το μέλλον των επιχειρήσεων ξύλου & επίπλου και τη δυνατότητα προσαρμογής στο εξωτερικό περιβάλλον.
- ❖ Η πληροφόρηση σχετικά με την προσφορά και ζήτηση των διαφόρων ξυλουργικών κατασκευών & παραγωγής ή εμπορίας επίπλων, καθώς και η πρόβλεψη για το μέλλον τους είναι ικανή από μόνη της μερικές φορές **να περιορίσει** σε σημαντικό βαθμό **το ρίσκο** που θα πάρουν οι επιχειρηματίες.
- ❖ Στην Κύπρο ο αριθμός των επιχειρήσεων μεταποίησης ξυλουργικών προϊόντων για την οικοδομή ανέρχονται σε **960** και για το έπιπλο **600** αντίστοιχα,
- ❖ Έχουν αντίστοιχα **ακαθάριστη αξία παραγωγής 76.500.000** και **55.810.000 ΛΚ**,
- ❖ Η **παραγωγικότητα** του κλάδου των επίπλων ανέρχεται σε **€20.420** ανά άτομο, που είναι μεγαλύτερη από τον μέσο όρο του ευρύτερου κλάδου των κατασκευών.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

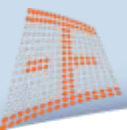


- ❖ Ο έντονος ανταγωνισμός επιβάλλει τη **γνώση και πληροφόρηση** των αποτελεσμάτων σχετικών ερευνών και των προοπτικών (ευκαιρίες ή κίνδυνοι – απειλές) που υπάρχουν για το μέλλον των επιχειρήσεων ξύλου & επίπλου και τη δυνατότητα προσαρμογής στο εξωτερικό περιβάλλον.
- ❖ Η πληροφόρηση σχετικά με την προσφορά και ζήτηση των διαφόρων ξυλουργικών κατασκευών & παραγωγής ή εμπορίας επίπλων, καθώς και η πρόβλεψη για το μέλλον τους είναι ικανή από μόνη της μερικές φορές **να περιορίσει** σε σημαντικό βαθμό **το ρίσκο** που θα πάρουν οι επιχειρηματίες.
- ❖ Στην Κύπρο ο αριθμός των επιχειρήσεων μεταποίησης ξυλουργικών προϊόντων για την οικοδομή ανέρχονται σε **960** και για το έπιπλο **600** αντίστοιχα,
- ❖ Έχουν αντίστοιχα **ακαθάριστη αξία παραγωγής 76.500.000** και **55.810.000 ΛΚ**,
- ❖ Η **παραγωγικότητα** του κλάδου των επίπλων ανέρχεται σε **€20.420** ανά άτομο, που είναι μεγαλύτερη από τον μέσο όρο του ευρύτερου κλάδου των κατασκευών.



Click to edit Master text styles

- ❖ Το 2003, ο κλάδος των ξυλουργικών κατασκευών απασχολούσε **2.760 εργαζόμενους** και τον ίδιο χρόνο η ακαθάριστη παραγωγικότητα, έφτανε τα € 133,2 εκατ. κυριαρχώντας στον παραγωγικό κλαδικό ιστό της Κύπρου.
- ❖ Οι 9 στις 10 από τις επιχειρήσεις του κλάδου επίπλου απασχολούν λιγότερο από 9 άτομα.

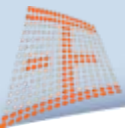


ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ



Click to edit Master text styles

- ❖ Η παροχή συμπυκνωμένης πληροφόρησης στις επιχειρήσεις επίπλου & ξυλουργικών κατασκευών σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση και τις προοπτικές και προβλέψεις του **εσωτερικού και εξωτερικού εμπορίου** αλλά και της παραγωγής επίπλων της κυπριακής αγοράς.
- ❖ Διερεύνηση & διατύπωση προτάσεων σχετικά με:
 - τους λόγους για τους οποίους οι Κύπριοι καταναλωτές επισκέπτονται και αγοράζουν κυπριακά έπιπλα
 - τη γνώμη των Κύπριων καταναλωτών για την κυπριακή αγορά
 - τα πλεονεκτήματα των κυπριακών και εισαγόμενων επίπλων
 - τους τομείς θα πρέπει να επενδύσει ο κλάδος του κυπριακού επίπλου για να γίνει πιο ανταγωνιστικός
 - το ρόλο της διαφήμισης για το κυπριακό έπιπλο
 - τη συμβολή των Κύπριων καταναλωτών στην ανάπτυξη του κυπριακού κλάδου επίπλου
 - τα χαρακτηριστικά των επίπλων κουζίνας που οι καταναλωτές προτιμούν

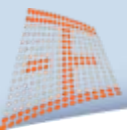


ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ



Click to edit Master text styles

- ❖ Για την επίτευξη των σκοπών της έρευνας, χρησιμοποιήθηκαν δύο συνδυαστικές μέθοδοι έρευνας.
- ❖ Η πρώτη χρησιμοποίησε ως βάση μια ιδιαίτερα σημαντική έρευνα αγοράς της εταιρίας CSIL (2006) που αναφέρεται στην βιομηχανία επίπλου της Κύπρου, της 10ετίας 1996-2005.
- ❖ Η βάση δεδομένων αυτή αναταξινομήθηκε, επεξεργάστηκε και έγινε εξαγωγή νέων δεδομένων όσον αφορά τη πρόβλεψη της παραγωγής, εισαγωγών, εξαγωγών και της φαινόμενης κατανάλωσης για την περίοδο 2008-2013 με τον προσδιορισμό των κατάλληλων μοντέλων παλλινδρόμησης (regression), εφαρμόζοντας την ανάλυση χρονολογικών σειρών
- ❖ Ως εργαλείο για εφαρμογής της παραπάνω μεθοδολογίας χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο SPSS ver14.

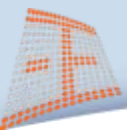


ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ



Click to edit Master text styles

- ❖ Στο δεύτερο σκέλος της μεθοδολογίας της έρευνας εφαρμόστηκε η σύνταξη και συμπλήρωση ενός ειδικά **δομημένου ερωτηματολογίου**.
- ❖ Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτής της **προσωπικής συνέντευξης** των καταναλωτών από ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό για το σκοπό αυτό.
- ❖ Τόπος έρευνας: Κυπριακή Έκθεση Επίπλων Λευκωσίας κατά την περίοδο του Ιουνίου του 2007.
- ❖ Κάθε ερωτηματολόγιο περιελάμβανε τρεις (3) ομάδες ερωτήσεων κυρίως κλειστού τύπου και συνολικά 37 ερωτήσεις (με **92** συνολικά μεταβλητές).

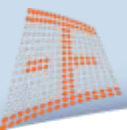


ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ



Click to edit Master text styles

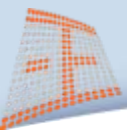
- ❖ Με ακρίβεια 95% καθορίστηκε το μέγεθος του δείγματος σε 576 άτομα σε όλη την Κύπρο.
- ❖ Συμπληρώθηκαν συνολικά πεντακόσια δέκα τέσσερα (514) ερωτηματολόγια από τους μόνιμους κατοίκους όλης της Κύπρου, ήτοι ποσοστό 89,2% από το αρχικά επιλεγμένο δείγμα.
- ❖ Η συγκέντρωση των στοιχείων έγιναν το διάστημα λειτουργίας της έκθεσης.
- ❖ Τα δεδομένα αναλύθηκαν στη συνέχεια, εφαρμόζοντας του επιστημονικούς κανόνες της στατιστικής επιστήμης και έγιναν οι σχετικοί έλεγχοι συχνοτήτων (Frequencies), περιγραφικής στατιστικής (Descriptives) και διασταυρώσεων (Crosstabs).



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Παραγωγή, εισαγωγές, εξαγωγές και φαινόμενη κατανάλωση επίπλων στην Κυπριακή αγορά για την περίοδο 1996-2007 σε εκατ. €.

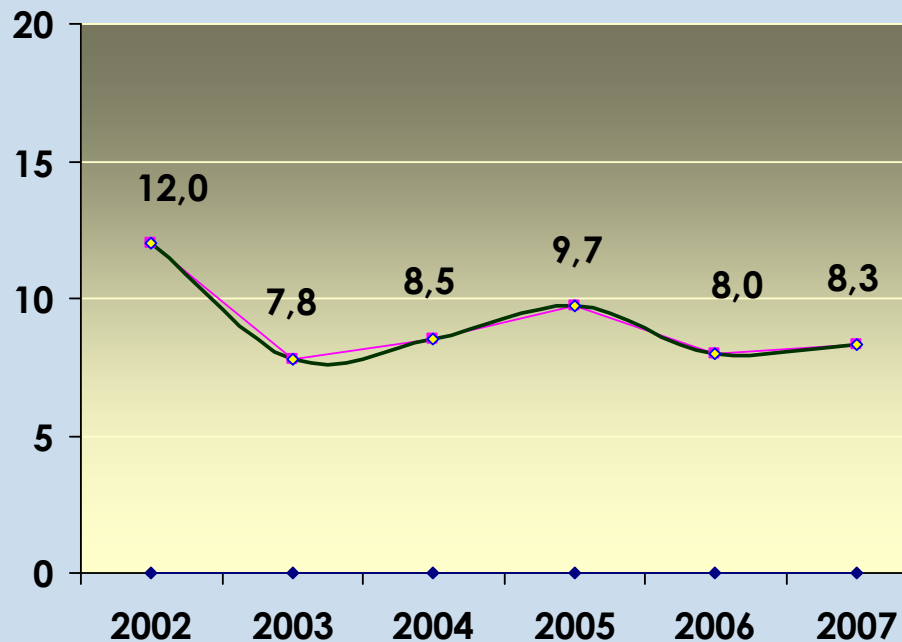
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Φαινόμενη κατανάλωση	111	109	112	121	133	141	144	164	174	182	198	216
Παραγωγή	97	94	88	87	91	91	89	100	93	94	89	86
Εισαγωγές	22	26	38	45	55	62	66	72	89	100	117	137
Εξαγωγές	9	12	13	11	13	12	11	8	8	9	7	7
Δείκτης Εισαγωγή/κατανάλωση	20.2	24.1	33.7	37.1	41.3	44.2	45.5	43.7	51.4	54.3	58.9	63.4



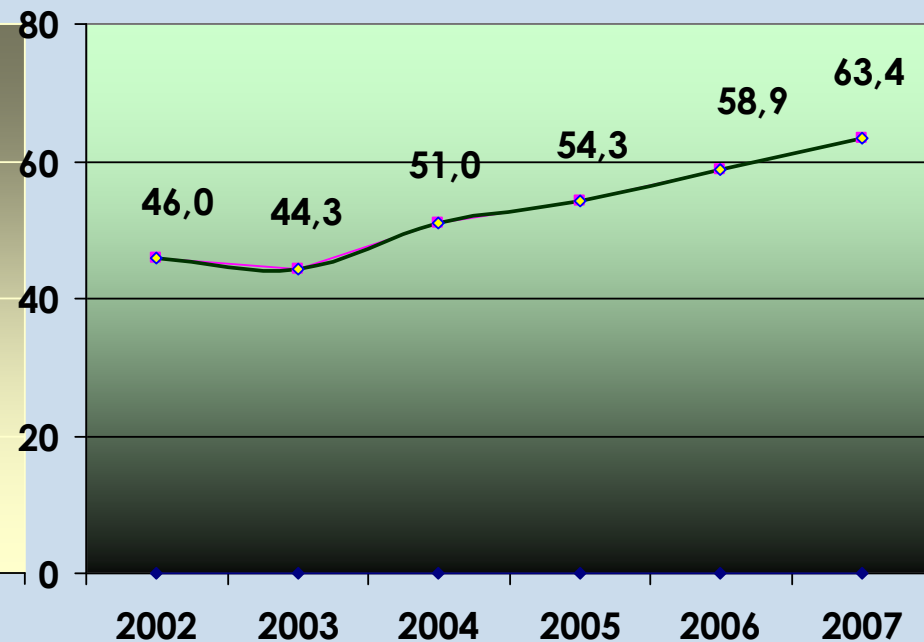
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



❖ Δείκτης εξαγωγών / παραγωγή επίπλων στην Κυπριακή αγορά για την περίοδο 2002-2007



❖ Δείκτης εισαγωγής / κατανάλωση επίπλων στην Κυπριακή αγορά για την περίοδο 2002-2007



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Κυριότερες χώρες εισαγωγής επίπλων στην Κυπριακή αγορά (2008).

Χώρες	Ποσοστό %
Ιταλία	35,2
Κίνα	19,4
Ελλάδα	10,0
Μαλαισία	5,7
Ισπανία	4,9
Γερμανία	4,0
Ηνωμένο Βασίλειο	2,1
Δανία	2,0
Ινδονησία	1,9
Πολωνία	1,8

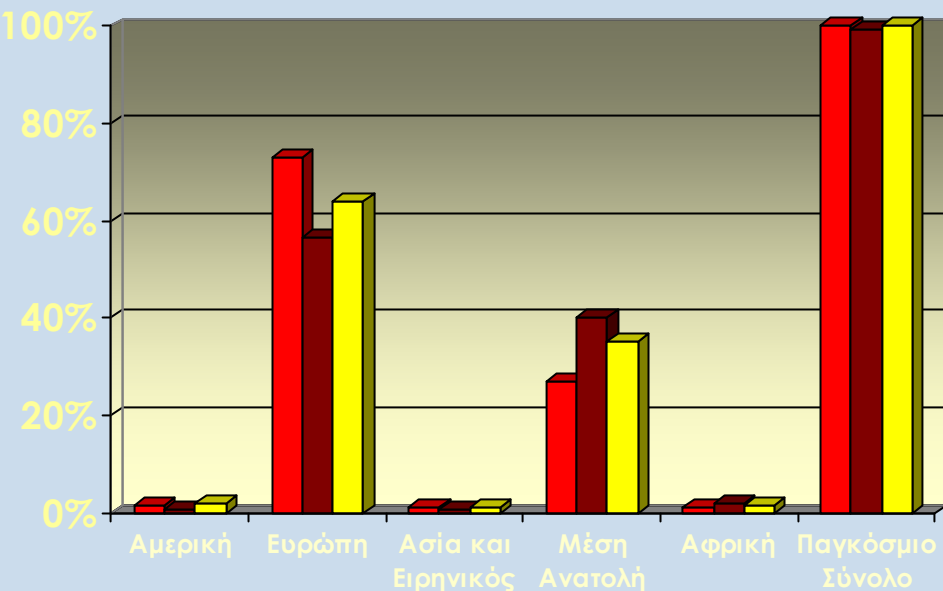
❖ Κυριότερες χώρες εξαγωγής επίπλων στην Κυπριακή αγορά (2008).

Χώρες	Ποσοστό %
Ηνωμένο Βασίλειο	24,9
Ελλάδα	21,3
Σαουδική Αραβία	20,9
Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	5,7
Ρουμανία	3,8
Βουλγαρία	3,4
Γερμανία	3,1
Γιβλαρτάρ	2,8
Ισραήλ	2,1
ΗΠΑ	1,9

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

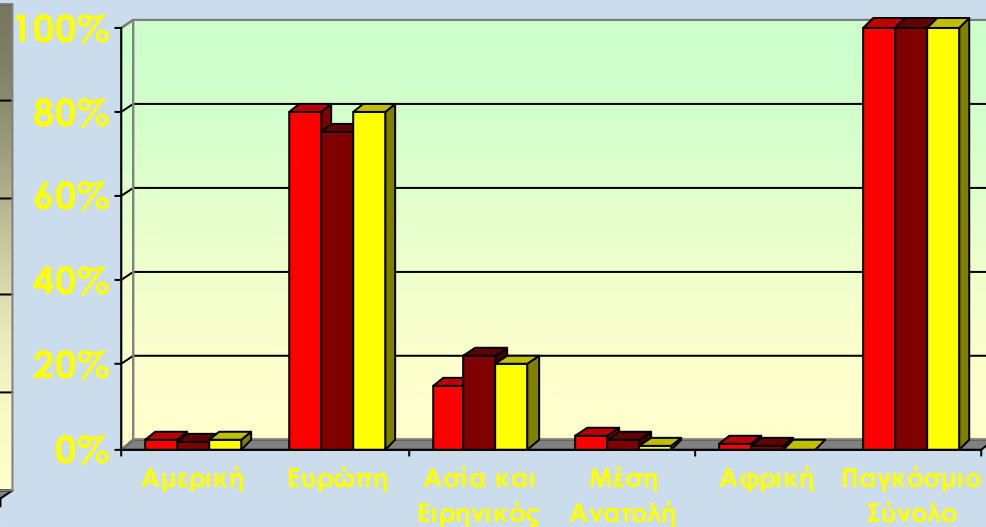
❖ Ανάλυση εξαγωγών κυπριακών επίπλων κατά περιοχή

■ 2003 ■ 2005 ■ 2007



❖ Ανάλυση εισαγωγών επίπλων στην κυπριακή αγορά κατά περιοχή

■ 2003 ■ 2005 ■ 2007

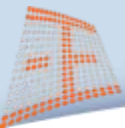


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

- ❖ **Ανάλυση κυπριακής παραγωγής, εξαγωγών, εισαγωγών και κατανάλωσης προϊόντων ξύλου σε χιλιάδες κμ (2001-2006)**

		2001	2002	2003	2004	2005	2006
Πριστή Ξυλεία	Φαινόμενη κατανάλωση	86	92	188	126	139	124
	Παραγωγή	9	7	6	5	4	4
	Εισαγωγές	77	84	183	121	135	120
	Εξαγωγές	0	0	0	0	0	0

		2001	2002	2003	2004	2005	2006
Πάνελς	Φαινόμενη κατανάλωση	113	137	117	123	172	131
	Παραγωγή	4	3	2	2	2	3
	Εισαγωγές	109	134	115	122	171	128
	Εξαγωγές	0	0	0	0	0	0



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

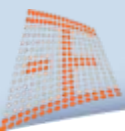
- ❖ **Ανάλυση εξαγωγών, εισαγωγών και εμπορικού ισοζυγίου προϊόντων ξύλου της Κύπρου σε χιλιάδες € (2001-2006)**

Click to edit Master text styles



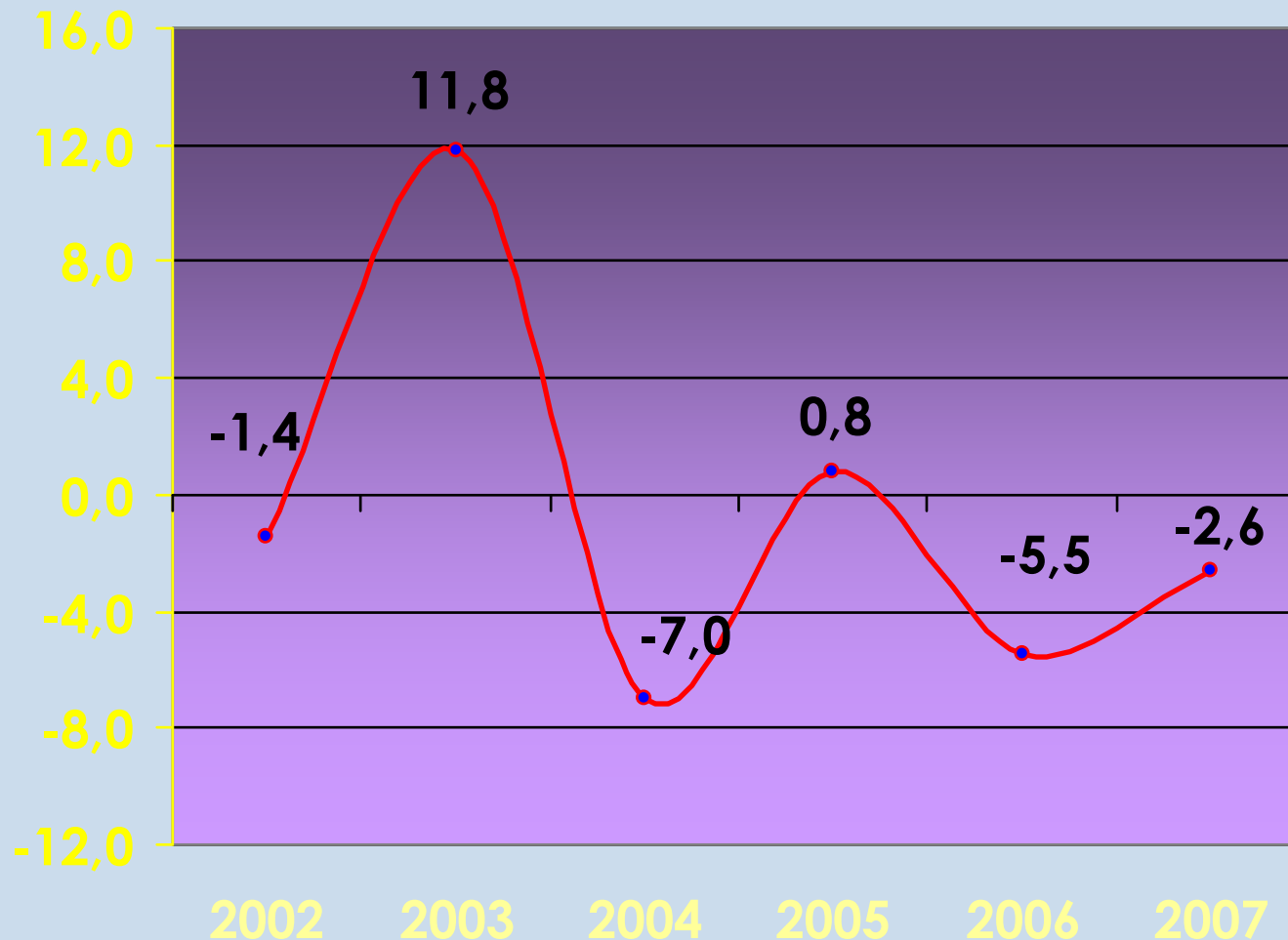
		2001	2002	2003	2004	2005	2006
Πριστή Ξυλεία	Εισαγωγές	21.596	22.638	29.545	32.515	33.073	33.623
	Εξαγωγές	120	48	89	43	81	50
	Εμπορικό ισοζύγιο	-21.477	-22.590	-29.456	-32.472	-32.992	-33.572

		2001	2002	2003	2004	2005	2006
Panels	Εισαγωγές	21.870	23.074	25.763	32.573	36.080	36.872
	Εξαγωγές	99	83	39	146	68	82
	Εμπορικό ισοζύγιο	-21.771	-22.991	-25.724	-32.427	-36.012	-36.790



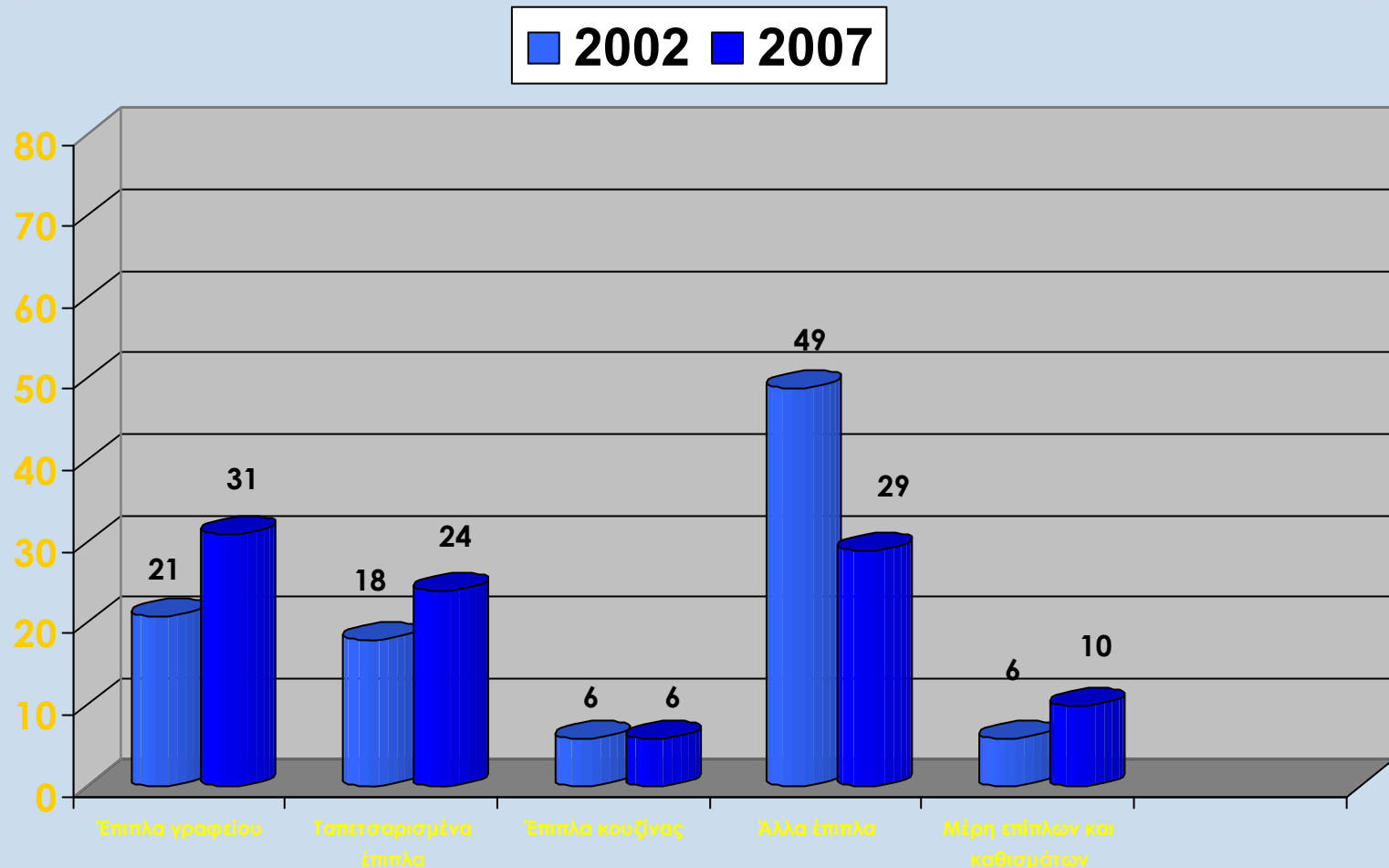
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Ρυθμός μεταβολής % παραγωγής κυπριακών επίπλων (2002-2007)



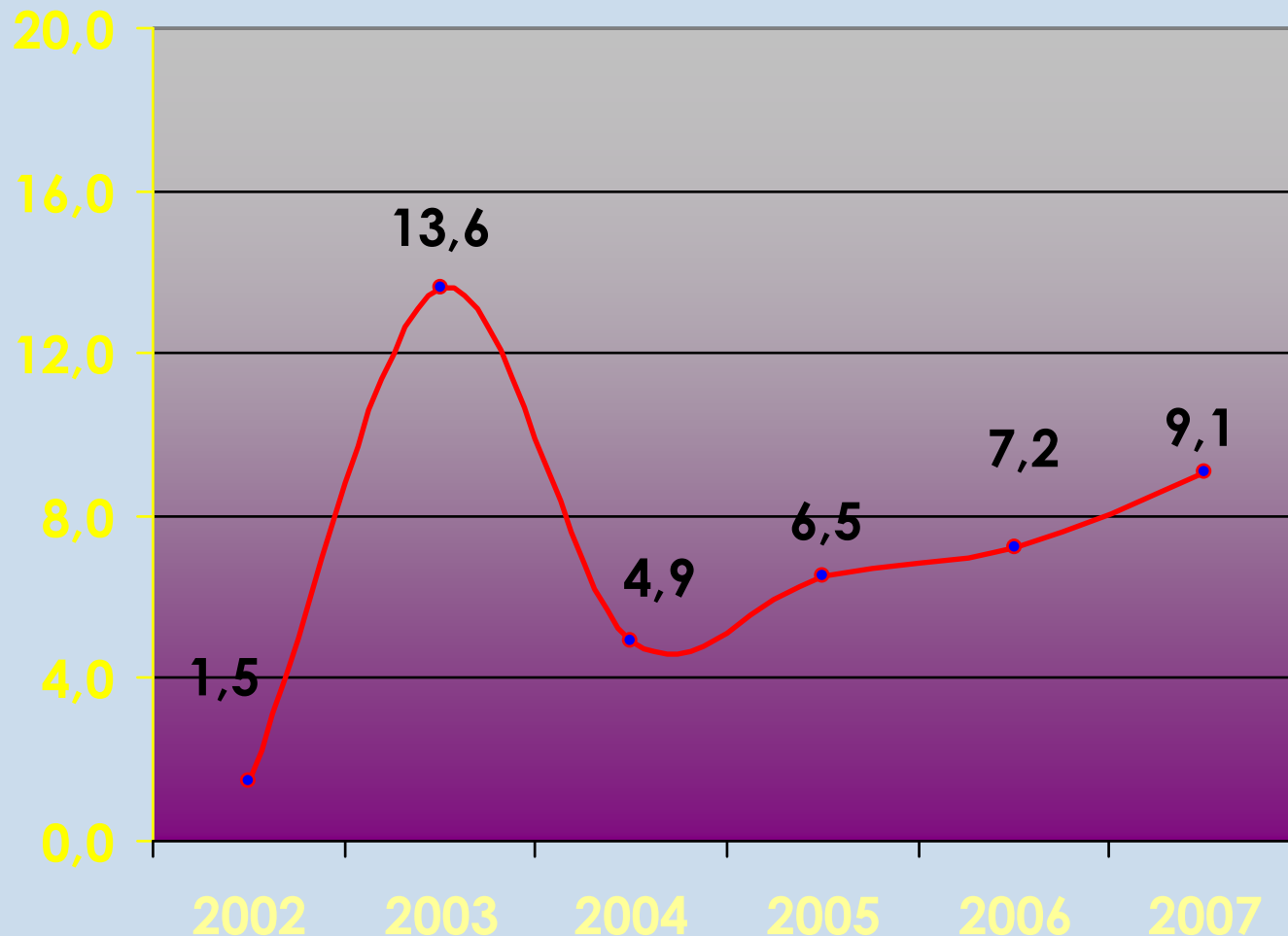
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Τμηματοποίηση της παραγωγής κυπριακών επίπλων (2002 & 2007) % της αξίας τους



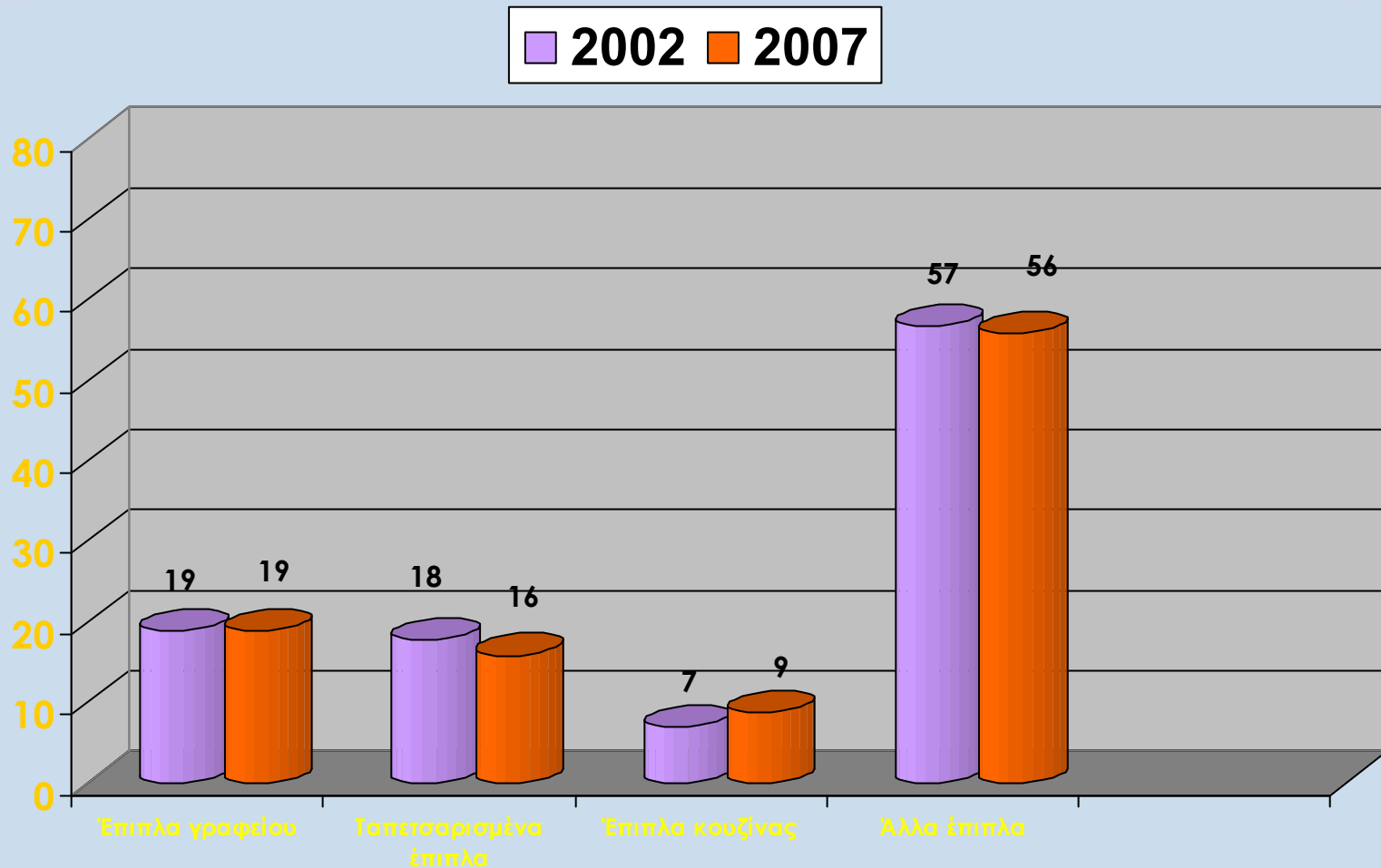
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Ρυθμός μεταβολής % κατανάλωσης κυττνιακών επίπλων (2002-2007)



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Τμηματοποίηση της κατανάλωσης κυπριακών επίπλων (2002 & 2007) % της αξίας τους



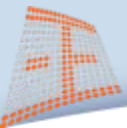
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Δείκτες κυπριακού πληθυσμού (1997-2006)

Click to edit Master text styles

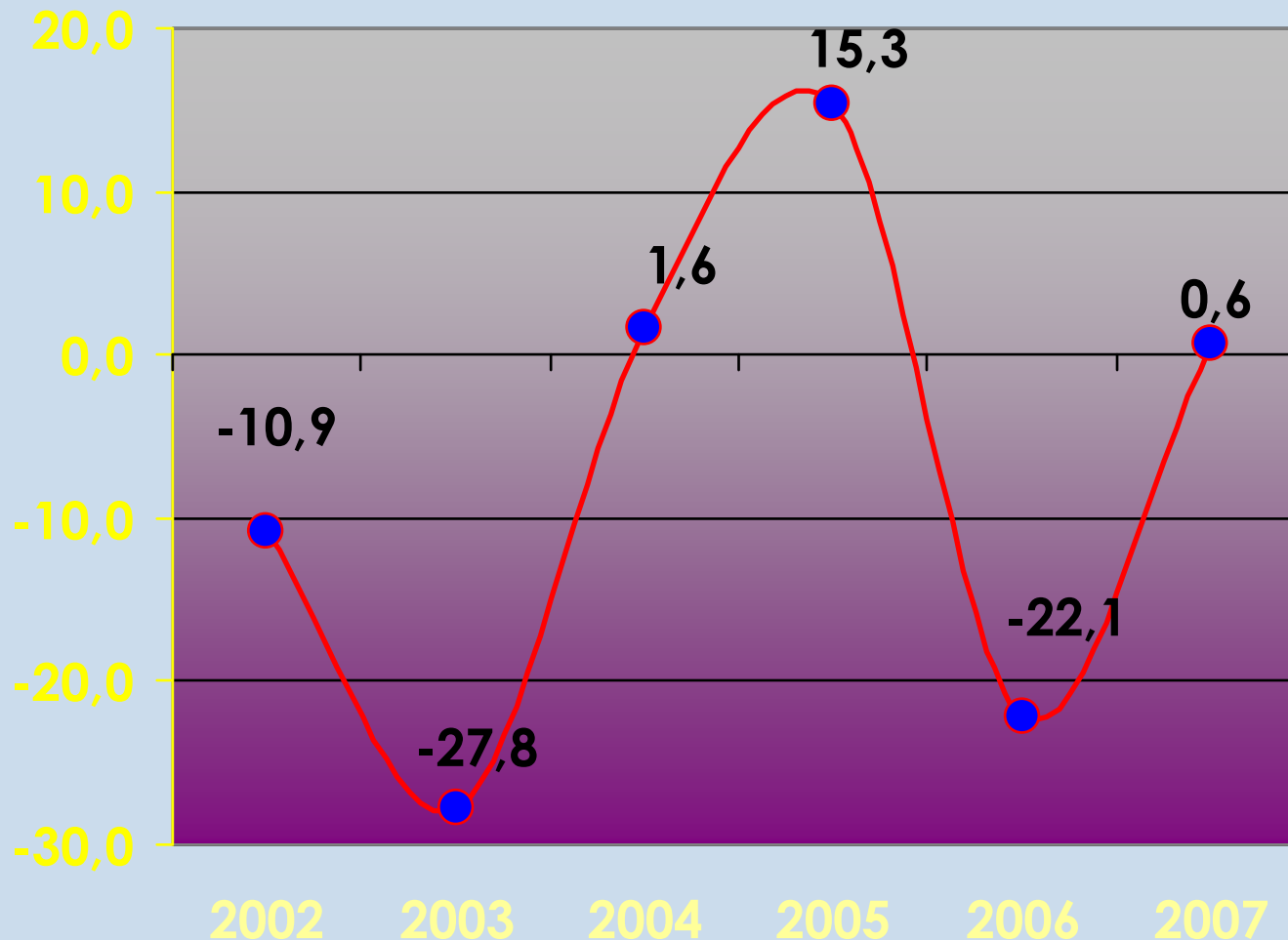


	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Πληθυσμός σε εκατομύρια	0,68	0,68	0,69	0,70	0,71	0,72	0,73	0,75	0,77	0,78
Αστικός πληθυσμός %	55	56	56	57	69	69	69	69	69	70
Πληθυσμός ηλικίας 0-24 (εκατομ.)	0,26	0,26	0,26	0,27	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26
Γάμοι (σε χιλιάδες)	7	8	+	10	11	10	6	5	6	5
Κατά κεφαλή ιδιωτική κατανάλωση (σε €)	7.700	8.200	8.500	9.400	9.900	10.200	10.500	11.100	11.600	12.200



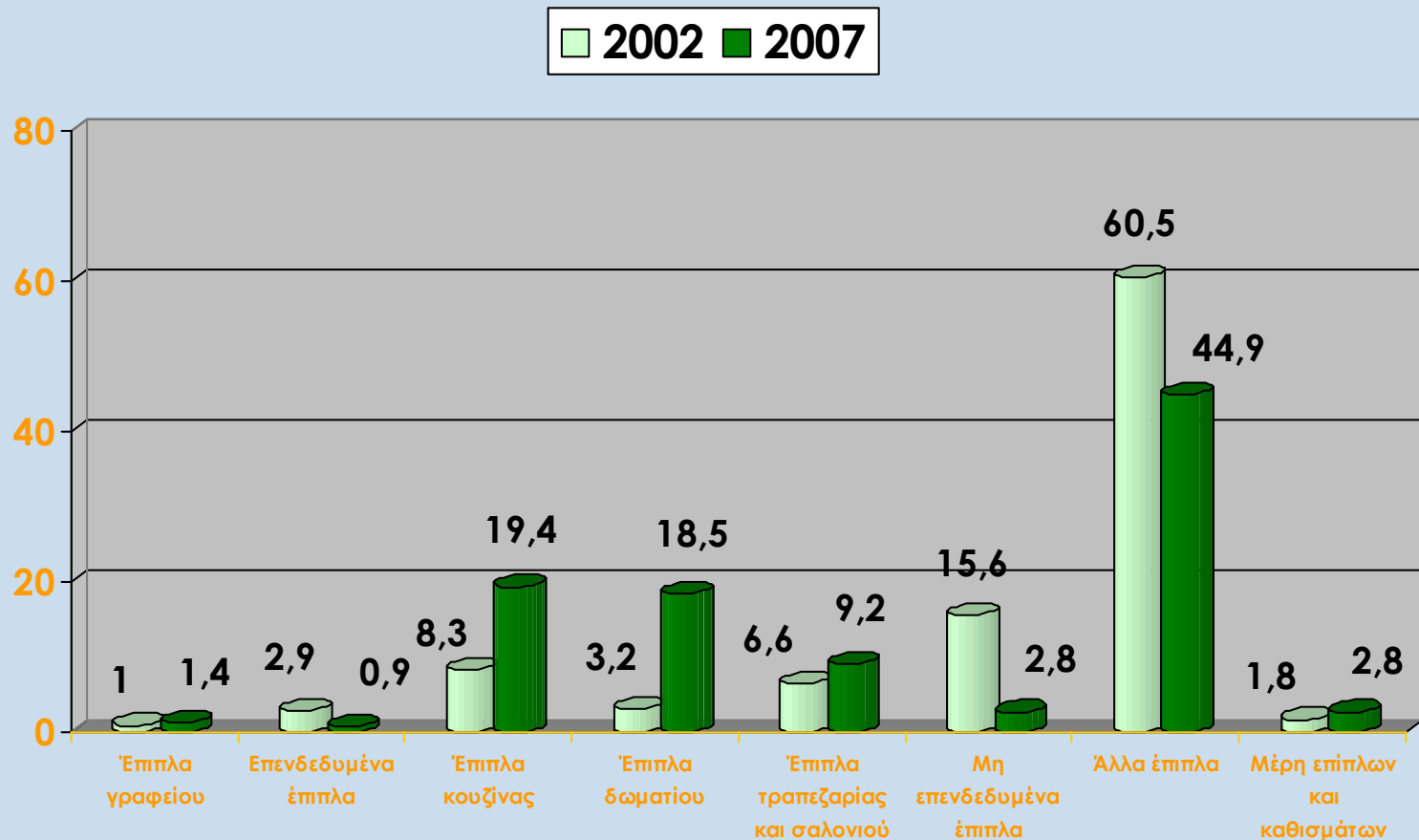
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Ρυθμός μεταβολής % εξαγωγών κυπριακών επίπλων (2002-2007)



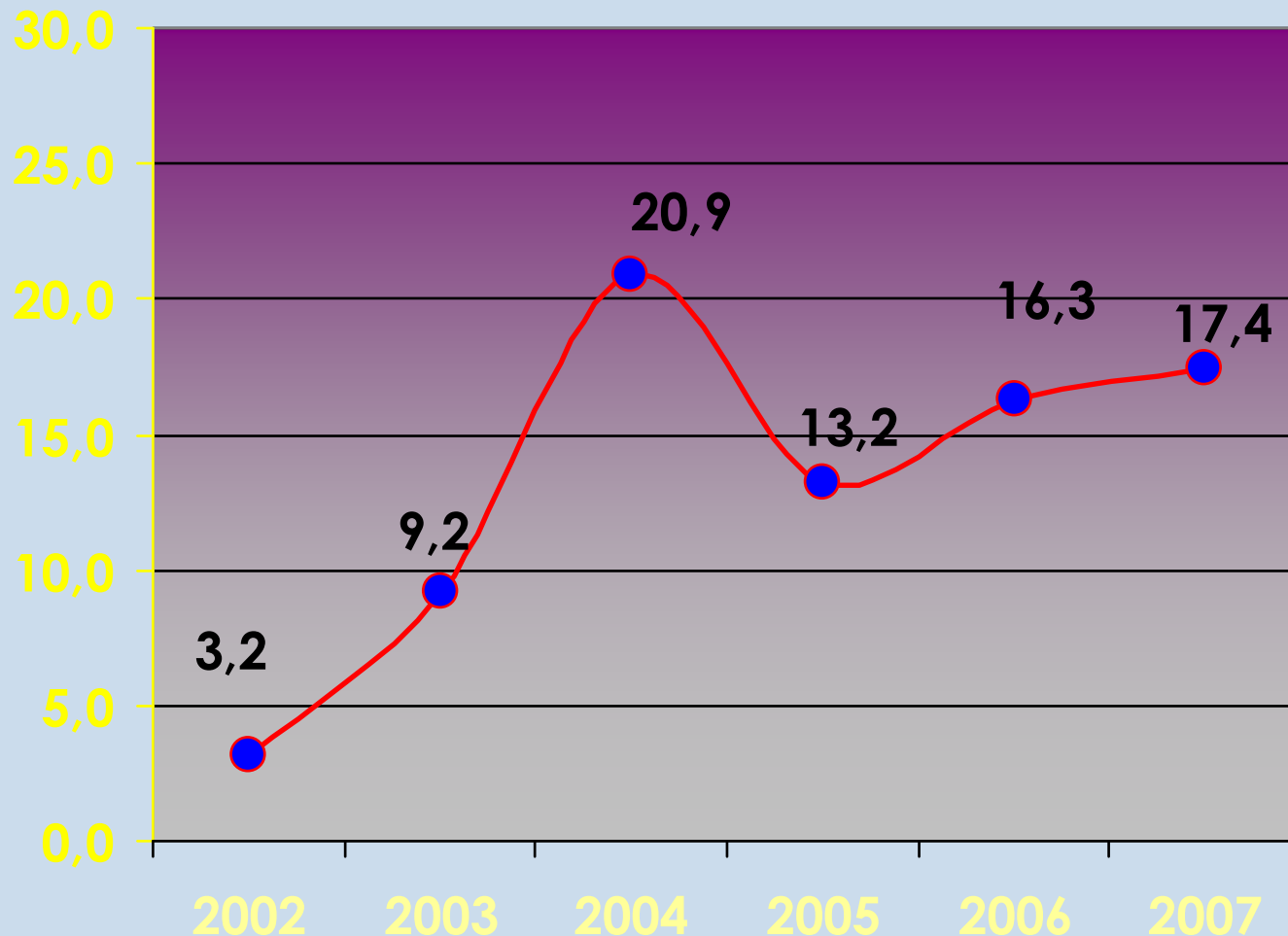
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Τμηματοποίηση της κατανάλωσης κυτριάκων επίπλων (2002 & 2007) % της αξίας τους



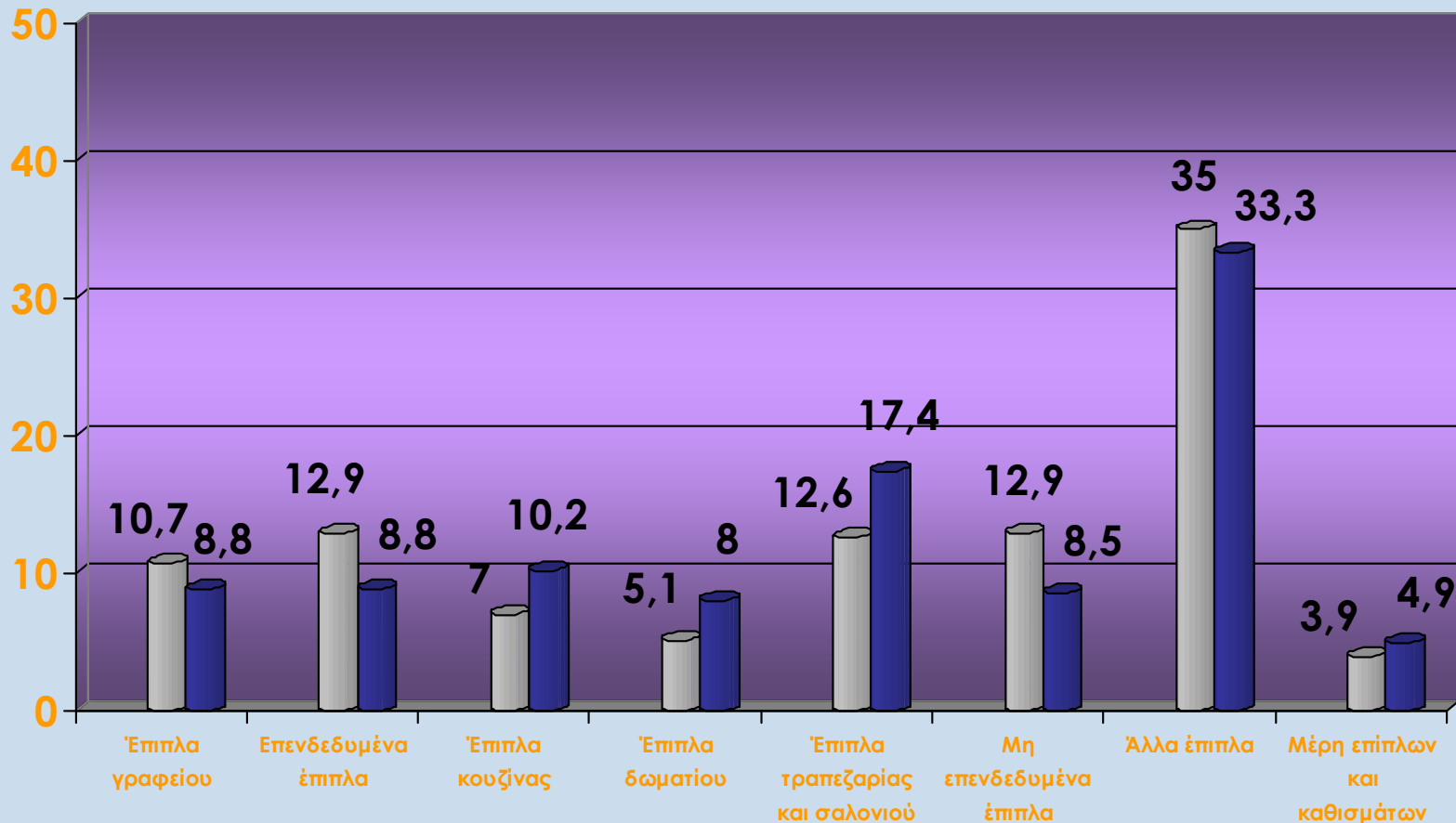
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Ρυθμός μεταβολής % εισαγωγών στην κυπριακή αγορά επίπλων (2002-2007)



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Τμηματοποίηση της κατανάλωσης κυτριοκών επίπλων (2002 & 2007) % της αξίας τους



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

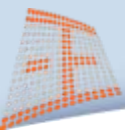
❖ Εξαγωγές κυπριακών επίπλων ανά χώρα και γεωγραφική περιοχή (2002 - 2007)

	Εκατομμύρια €						Μερίδιο %		Ετήσια μεταβολή %	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2002	2007	2007/06	Aver. 02-07
United Kingdom	2.7	1.5	1.5	1.8	1.2	1.8	25.4	24.9	50.6	-8.2
Greece	3.6	2.9	2.5	2.1	1.4	1.5	33.5	21.3	5.8	-15.8
Saudi Arabia	1.3	0.8	1.1	2.5	1.0	1.5	11.7	20.9	46.6	3.5
United Arab Emirates	0.3	0.2	0.6	0.4	0.4	0.4	3.2	5.7	0.3	3.2
Romania	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.3	3.8	-17.4	50.2
Bulgaria	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1	3.4	n.c.	82.4
Germany	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	1.1	3.1	n.s.	12.9
Gibraltar	0.0	0.4	0.1	0.3	0.1	0.2	0.2	2.8	n.s.	12.9
Israel	0.2	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2	1.6	2.1	-33.3	-2.5
United States	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.7	1.9	-31.3	-2.5
Top 10	8.4	6.4	6.2	7.7	5.0	6.4	77.7	89.9	29.2	-5.2
Americas	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.7	2.4	-10.9	18.1
Asia and Pacific	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.7	0.3	-43.7	-22.1
Europe	7.5	5.4	4.8	5.1	3.8	4.5	69.5	62.6	17.9	-9.8
Middle East	2.8	2.1	2.3	3.7	2.9	2.4	26.0	33.3	-19.2	-3.2
Africa	0.3	0.1	0.8	0.2	0.1	0.1	3.2	1.3	-28.1	-23.1
World Total	10.8	7.8	7.9	9.1	7.1	7.1	100.0	100.0	0.6	-7.9

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Εισαγωγές επίπλων στην Κύπρο ανά χώρα προέλευσης και γεωγραφική περιοχή (2002 - 2007)

	Εκατομμύρια €						Μερίδιο %		Ετήσια μεταβολή %	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2002	2007	2007/06	Aver. 02-07
Ιταλία	30.3	31.8	35.5	38.3	42.9	48.2	45.2	35.2	12.5	9.7
Κίνα	2.9	4.6	6.7	10.9	17.4	26.6	4.4	19.4	53.3	55.5
Ελλάδα	5.4	5.6	7.7	9.1	11.1	13.7	8.0	10.0	23.1	20.5
Μαλαισία	1.4	2.0	3.1	5.3	7.9	7.8	2.0	5.7	-1.1	41.6
Ισπανία	5.4	5.2	5.0	5.4	4.9	6.8	8.1	4.9	37.4	4.6
Γερμανία	1.8	2.0	3.7	3.5	5.0	5.5	2.7	4.0	10.4	24.3
Μεγάλη Βρετανία	1.8	2.2	2.9	2.7	2.9	2.9	2.7	2.1	-1.5	9.6
Δανία	2.4	2.0	2.7	2.2	1.9	2.8	3.6	2.0	46.8	2.8
Ινδονησία	1.7	2.2	2.1	2.3	2.3	2.6	2.5	1.9	-3.3	9.2
Πολωνία	0.5	0.6	0.6	0.9	1.3	2.5	0.7	1.8	98.8	39.8
Top 10	53.7	57.9	69.9	80.6	97.9	119.4	79.9	87.1	21.9	17.3
Αμερική	1.3	1.2	1.8	1.4	1.5	1.4	1.9	1.0	-9.5	0.8
Ασία	8.7	11.5	15.9	23.1	32.4	41.6	13.2	30.3	28.4	36.2
Ευρώπη	52.7	57.5	67.4	71.4	79.5	90.9	82.1	66.3	14.4	10.5
Μέση Ανατολή	1.4	2.7	3.0	3.4	2.6	2.7	2.1	1.9	1.2	13.4
Αφρική	0.4	0.4	0.9	0.9	0.8	0.5	0.7	0.3	-40.8	0.4
Παγκόσμια	67.1	73.3	88.6	100.3	116.7	137.1	100.0	100.0	17.4	15.4



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Εξαγωγές επίπλων κυπριακών επίπλων κουζίνας ανά χώρα προορισμού και γεωγραφική περιοχή (2002 - 2007)

	Εκατομμύρια €						Μερίδιο %		Ετήσια μεταβολή %	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2002	2007	2007/06	Aver. 02-07
Σαουδική Αραβία	0.0	1.0	0.0	1.5	0.1	1.0	0.1	71.4	n.s.	n.s.
Μεγάλη Βρετανία	0.3	0.1	0.1	0.0	0.0	0.2	36.0	16.8	n.s.	-6.3
Γιβλαρτάρ	0.0	0.3	0.1	0.1	0.1	0.2	2.2	11.8	n.s.	52.5
Top 3	0.3	1.5	0.2	1.6	0.2	1.4	38.3	99.9	n.s.	32.3
Αμερική	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	n.c.	n.s.
Ασία	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	n.c.	n.c.
Ευρώπη	0.9	0.7	0.3	0.2	0.1	0.4	98.7	28.5	n.s.	-14.8
-Ε.Ε. (15)	0.9	0.4	0.2	0.0	0.0	0.2	95.4	16.8	n.s.	-22.9
-Ε.Ε. (27)	0.9	0.4	0.2	0.0	0.0	0.2	96.5	16.8	n.s.	-23.0
Λοιπή Ευρώπη	0.0	0.3	0.1	0.1	0.1	0.2	2.2	11.8	n.s.	52.5
Μέση Ανατολή	0.0	0.0	0.0	0.1	0.6	1.0	1.2	71.4	53.6	n.s.
Αφρική	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	n.c.	n.c.
Παγκόσμια	0.9	0.7	0.3	0.3	0.7	1.4	100.0	100.0	93.6	9.2

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Εισαγωγές επίπλων επίπλων κουζίνας στην κυπριακή αγορά ανά χώρα και γεωγραφική περιοχή (2002 - 2007)

	Εκατομμύρια €						Μερίδιο %		Ετήσια μεταβολή %	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2002	2007	2007/06	Aver. 02-07
Ιταλία	3.8	4.8	7.0	8.2	9.0	9.8	80.9	70.1	9.7	21.1
Ελλάδα	0.5	0.9	1.4	1.8	1.2	2.6	11.7	18.3	n.s	36.1
Γερμανία	0.2	0.4	0.5	0.7	0.6	1.1	4.4	7.8	71.7	39.9
Μεγάλη Βρετανία	0.0	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.3	1.0	-44.4	55.4
Κίνα	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.5	-10.1	n.s.
Top 5	4.6	6.3	9.1	10.9	11.1	13.7	97.4	97.7	23.5	24.7
Άλλες	0.1	0.2	0.2	0.0	0.4	0.3	2.6	2.6	-20.8	21.3
Αμερική	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	n.s.	25.2
Ασία	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.6	0.8	7.3	29.3
Ευρώπη	4.6	6.4	9.1	11.0	11.3	13.8	98.9	98.5	22.1	24.5
-E.E. (15)	4.6	6.4	9.1	10.9	11.2	13.7	98.8	97.6	22.7	24.3
-E.E. (27)	4.6	6.4	9.1	11.0	11.3	13.8	98.9	98.4	21.9	24.5
Μέση Ανατολή	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.4	-10.5	94.1
Αφρική	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	2.7	2.4
Παγκόσμια	4.7	6.5	9.3	11.2	11.5	14.0	100.0	100.0	22.0	24.6

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

- ❖ Εξαγωγές κυπριακών επίπλων (πλην κουζίνας, γραφείων, κκκκκκ) ανά χώρα προορισμού και γεωγραφική περιοχή (2002 - 2007)

	Εκατομμύρια €						Μερίδιο %		Ετήσια μεταβολή %	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2002	2007	2007/06	Aver. 02-07
Ελλάδα	2.3	2.4	1.6	1.8	0.6	1.0	35.8	31.2	80.5	-15.6
Μεγάλη Βρετανία	0.5	0.4	0.7	1.3	0.7	0.5	8.2	15.2	-30.9	-1.8
Σαουδική Αραβία	1.2	0.7	1.0	1.0	0.6	0.3	18.5	9.8	n.s.	-23.6
Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	0.3	0.1	0.5	0.4	0.4	0.3	5.1	9.5	-24.8	-1.7
Βουλγαρία	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	7.6	n.c.	83.1
Top 5	4.4	3.6	3.8	4.6	2.3	2.3	67.8	73.3	2.0	-11.9
Αμερική	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.2	1.0	5.1	44.6	20.1
Ασία	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	1.1	0.4	-43.8	-30.5
Ευρώπη	3.5	3.1	2.7	3.8	2.2	1.9	53.3	58.6	-16.0	-11.6
-ΕΕ (15)	3.2	3.0	2.4	3.4	1.9	1.6	49.0	49.8	-13.9	-13.0
-ΕΕ (27)	3.3	3.0	2.5	3.5	2.2	1.8	50.0	57.7	-15.7	-10.7
Λοιπή Ευρώπη	0.2	0.1	0.2	0.3	0.0	0.0	3.3	0.8	-7.7	-34.3
Μέση Ανατολή	2.7	1.9	2.1	2.0	1.9	1.1	40.9	34.1	-42.2	-16.3
Αφρική	0.2	0.1	0.7	0.1	0.1	0.1	3.7	1.9	-42.1	-24.6
Παγκόσμια	6.5	5.2	5.5	6.0	4.4	3.2	100.0	100.0	-26.6	-13.2

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

❖ Εισαγωγές επίπλων (πλην κουζίνας, γραφείων, κκκκκκ) στην κυπριακή αγορά ανά χώρα και γεωγραφική περιοχή (2002 - 2007)

	Εκατομμύρια €						Μερίδιο %		Ετήσια μεταβολή %	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2002	2007	2007/06	Aver. 02-07
Κίνα	1.3	1.9	2.8	4.7	7.5	12.6	5.4	27.5	67.7	57.9
Ιταλία	7.8	9.2	9.1	8.9	9.8	11.3	33.1	24.7	14.6	7.8
Ελλάδα	2.2	2.1	2.3	2.8	5.3	5.1	9.3	11.2	-3.9	18.3
Ισπανία	2.7	2.8	2.4	2.1	2.4	3.0	11.4	6.5	24.5	2.0
Μαλαισία	0.2	0.4	0.7	1.3	1.8	1.6	0.9	3.5	-11.0	50.8
Μεγάλη Βρετανία	1.0	0.7	1.6	1.3	1.5	1.6	4.3	3.5	8.3	9.8
Ινδονησία	1.0	1.3	1.2	1.1	1.3	1.2	4.2	2.6	-11.4	3.6
Ισραήλ	0.5	1.0	0.8	1.0	0.7	1.0	1.9	2.1	42.3	16.2
Γαλλία	0.6	0.6	0.9	0.7	1.4	0.9	2.6	2.0	-34.4	7.7
Γερμανία	0.5	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	2.0	1.7	-8.7	10.5
Top 10	17.6	20.9	22.7	24.7	32.5	38.9	75.1	85.2	19.7	17.1
Άλλες χώρες	5.8	6.4	7.3	7.9	7.5	6.7	24.9	14.8	-10.7	2.9
Αμερική	0.4	0.5	1.0	0.9	1.0	0.8	1.8	1.7	-18.7	13.2
Ασία	4.0	5.1	6.4	9.1	12.7	17.6	17.2	38.6	-29.4	34.2
Ευρώπη	18.0	19.7	20.9	20.6	24.8	25.3	76.6	55.5	38.7	7.1
-ΕΕ (15)	16.0	17.4	18.0	17.6	22.6	23.8	68.1	52.2	2.0	8.3
-ΕΕ (27)	17.8	19.5	20.6	20.4	24.7	25.1	76.0	55.0	-37.8	7.1
Μέση Ανατολή	0.8	1.8	1.4	1.5	1.2	1.6	3.4	3.5	34.6	15.3
Αφρική	0.2	0.2	0.2	0.5	0.3	0.2	1.0	0.5	-28.0	-1.0
Παγκόσμια	23.5	27.3	30.0	32.6	40.0	45.6	100.0	100.0	14.0	14.2

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

- ❖ Πίνακας 5 Εισαγωγές επίπλων (όλες οι κατηγορίες) στην Κύπρο ανά χώρα και γεωγραφική περιοχή για την περίοδο 2000-2005.

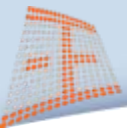
ΧΩΡΕΣ / ΠΕΡΙΟΧΕΣ	Εκατομμύρια €						Μερίδιο %		Ετήσια μεταβολή %	
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000	2005	05/04	00-05
Ιταλία	25.3	28.0	30.1	31.4	35.8	37.9	46.1	38.6	6	8
Κίνα	1.4	1.9	2.9	4.6	6.7	10.9	2.6	11.1	64	50
Ελλάδα	3.8	5.6	5.0	5.4	7.6	8.5	7.0	8.7	11	17
Μαλαισία	1.0	1.1	1.4	1.9	3.1	5.3	1.8	5.4	70	40
Ισπανία	5.8	5.0	5.4	5.1	5.1	5.3	10.6	5.4	3	-2
Γερμανία	1.8	2.2	1.8	1.9	3.3	3.4	3.3	3.5	3	14
Βουλγαρία	1.0	1.0	2.3	3.2	3.4	2.8	1.9	2.9	-18	22
ΣΥΝΟΛΟ 20 ΚΥΡ. ΧΩΡ.	51.7	57.7	60.8	67.4	83.5	92.0	94.1	93.7	10	12
Άλλες χώρες	3.3	4.5	4.9	4.2	5.9	6.2	5.9	6.3	5	14
ΑΦΡΙΚΗ	0.2	0.2	0.4	0.4	0.8	0.9	0.4	0.9	10	31
ΑΜΕΡΙΚΗ	1.1	1.6	1.3	1.2	1.8	1.4	2.0	1.5	-22	6
ΑΣΙΑ	6.3	7.5	8.8	11.4	15.9	23.0	11.4	23.5	45	30
ΕΥΡΩΠΗ	45.6	50.6	53.8	56.0	67.0	69.4	83.0	70.7	4	9
ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ	1.7	2.2	1.4	2.7	3.8	3.4	3.2	3.4	-11	14
ΣΥΝΟΛΟ	54.9	62.2	65.7	71.7	89.3	98.1	100	100	10	12

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Click to edit Master text styles



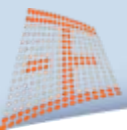
- ❖ Έτσι εξήχθησαν τα παρακάτω μοντέλα προβλέψεων:
- ❖ Για την κατανάλωση : $Y = 91.4 + 8.67 t$ με $R^2 = 0.96$
- ❖ Για τις εισαγωγές: $Y = 11.8 + 8.27 t$ με $R^2 = 0.985$
- ❖ Για την παραγωγή : $Y = 107.57 - 11.75t + 2.19t^2 - 0.115 t^3$
με $R^2 = 0.60$



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

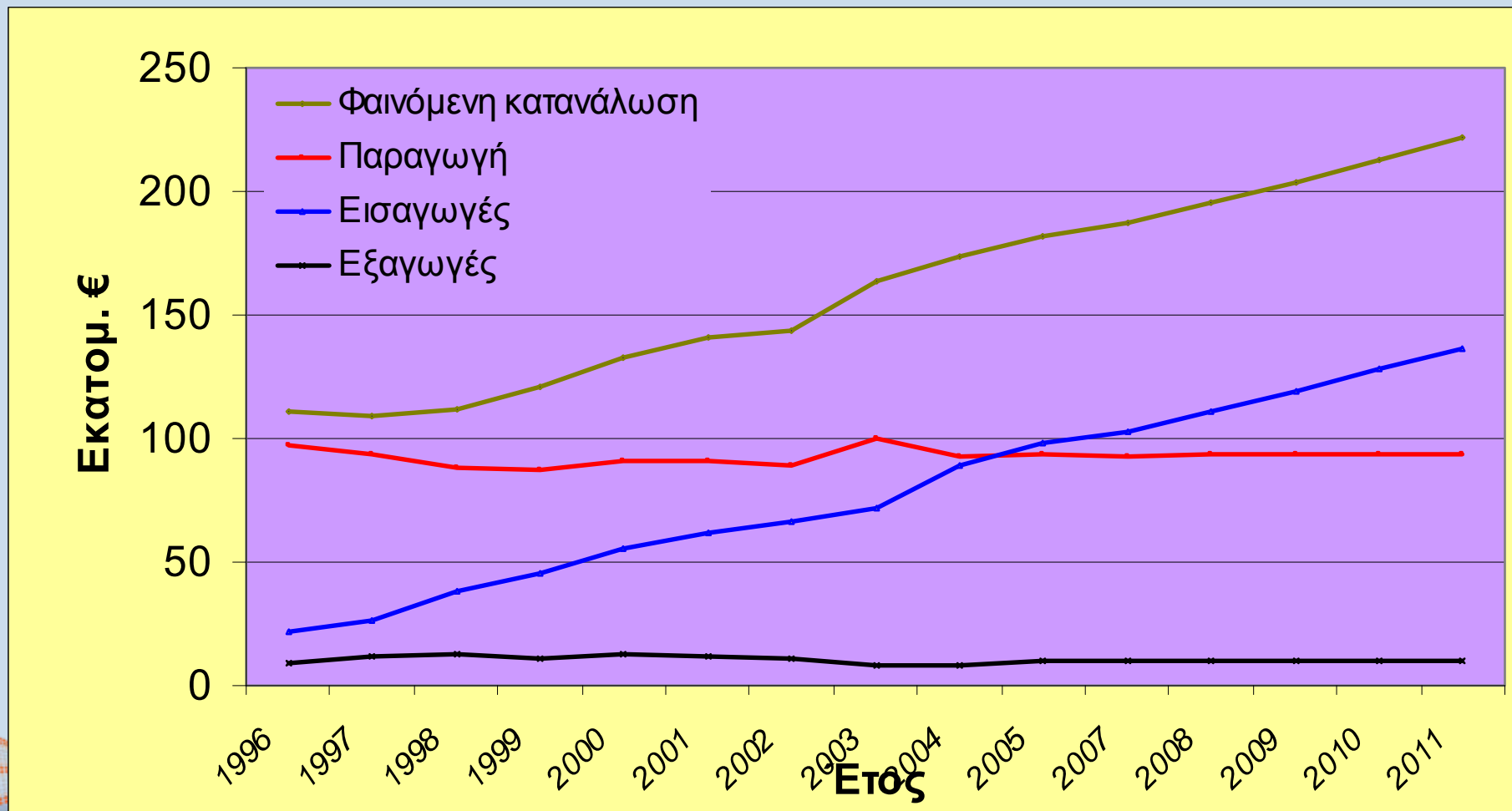
- ❖ Πίνακας 6. Προβλέψεις παραγωγής, εισαγωγών, και φαινόμενης κατανάλωσης επίπλων στην Κυπριακή αγορά για την περίοδο 2006-2013 σε εκατομμύρια €.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Μεταβολή % 2000/2007	Μεταβολή % 1996/2013
Φαινόμενη κατανάλωση	187	195	204	213	222	230	239	40,6%	115,3%
Παραγωγή	93	94	94	94	94	94	95	2,2%	-2,0%
Εισαγωγές	103	111	119	128	136	144	152	87,3%	590,9%
Δείκτης Εισαγωγή/κατανάλωση	55,1	56,9	58,3	60,1	61,3	62,6	63,6	33,4%	214,8%



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

- ❖ Παραγωγή, εισαγωγές, εξαγωγές και φαινόμενη κατανάλωση επίπλων στην Κυπριακή αγορά για την περίοδο 1996-2011 σε εκατομμύρια €.



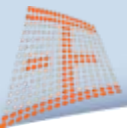
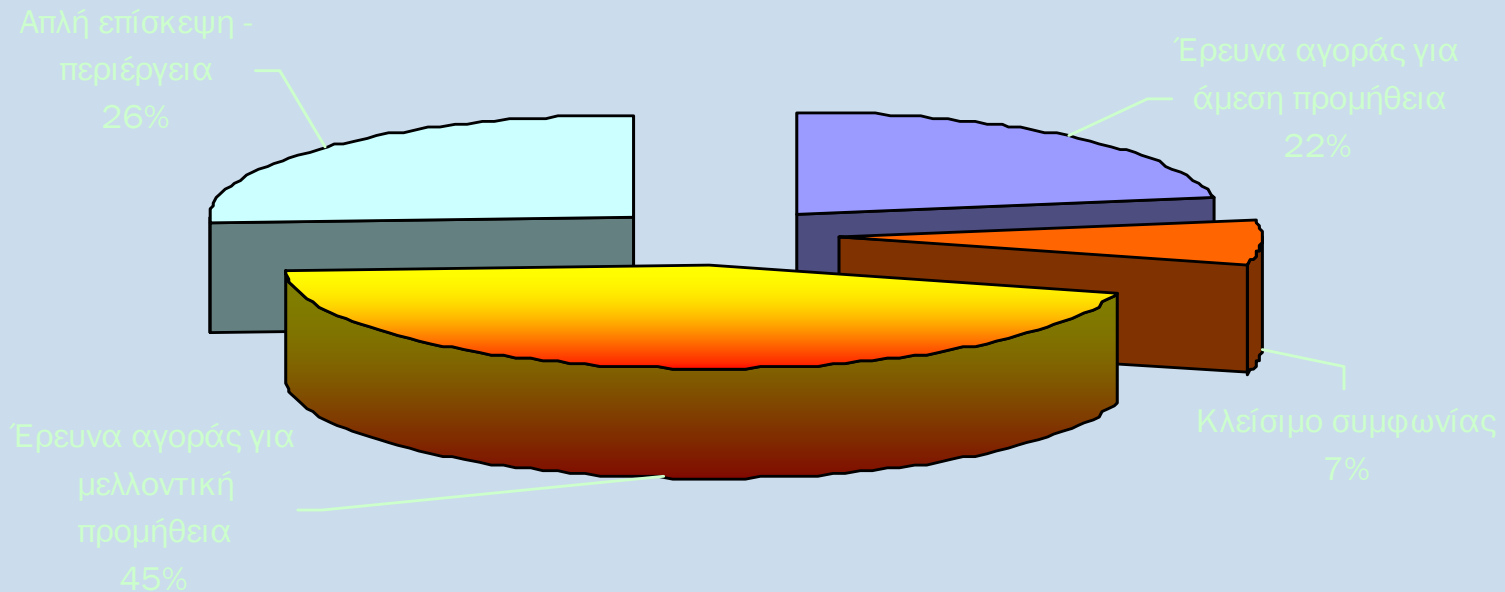
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Click to edit Master text styles

Σκοπός της επίσκεψης των καταναλωτών στην έκθεση



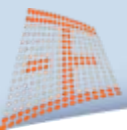
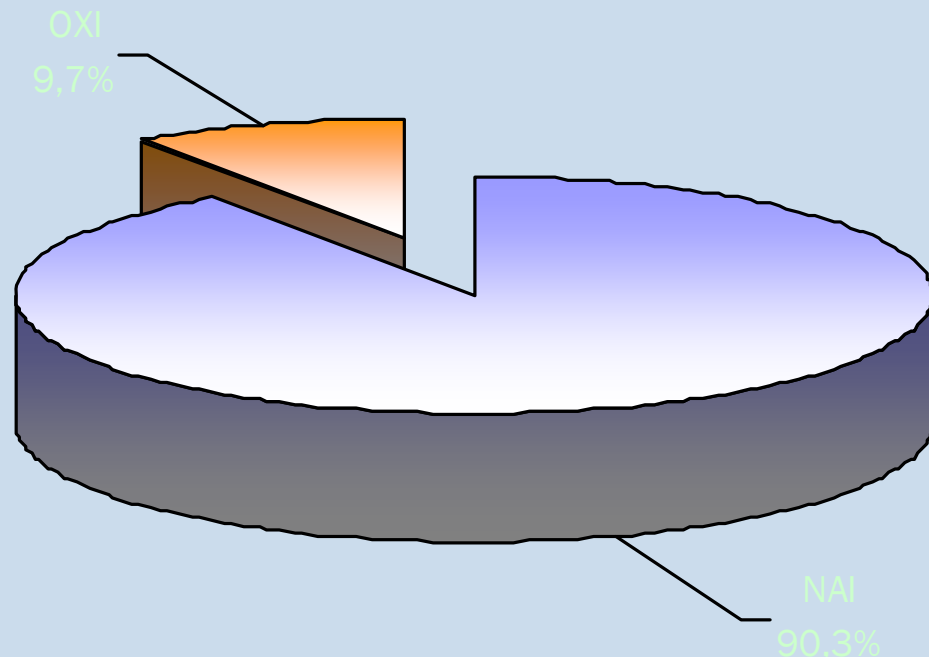
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Click to edit Master text styles

Αγορά κυπριακών επίπλων – ξυλουργικών κατασκευών στο παρελθόν

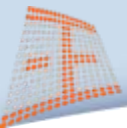
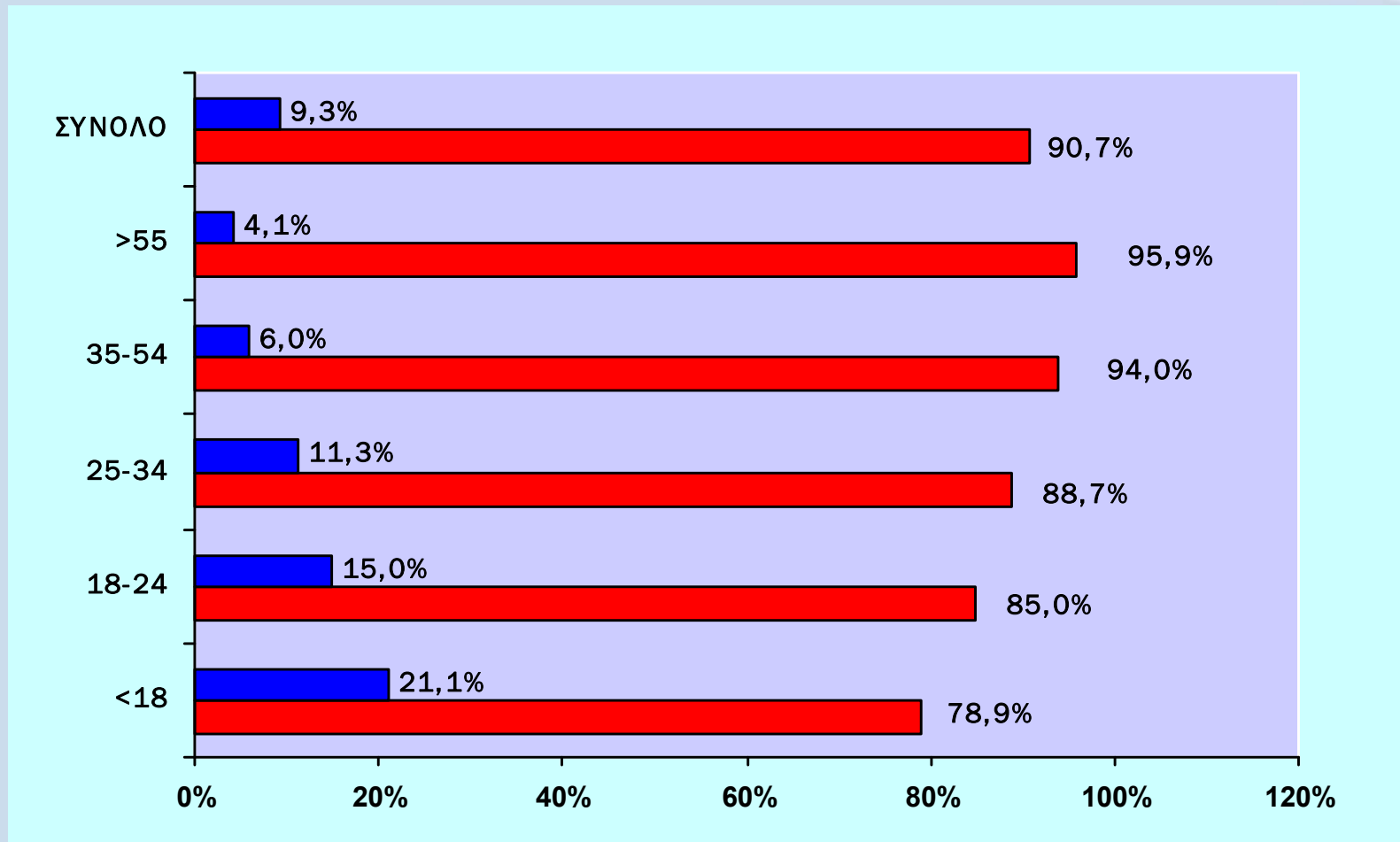


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Σχέση μεταξύ ηλικίας και αγοράς στο παρελθόν κυπριακών επίπλων

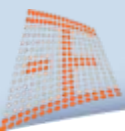
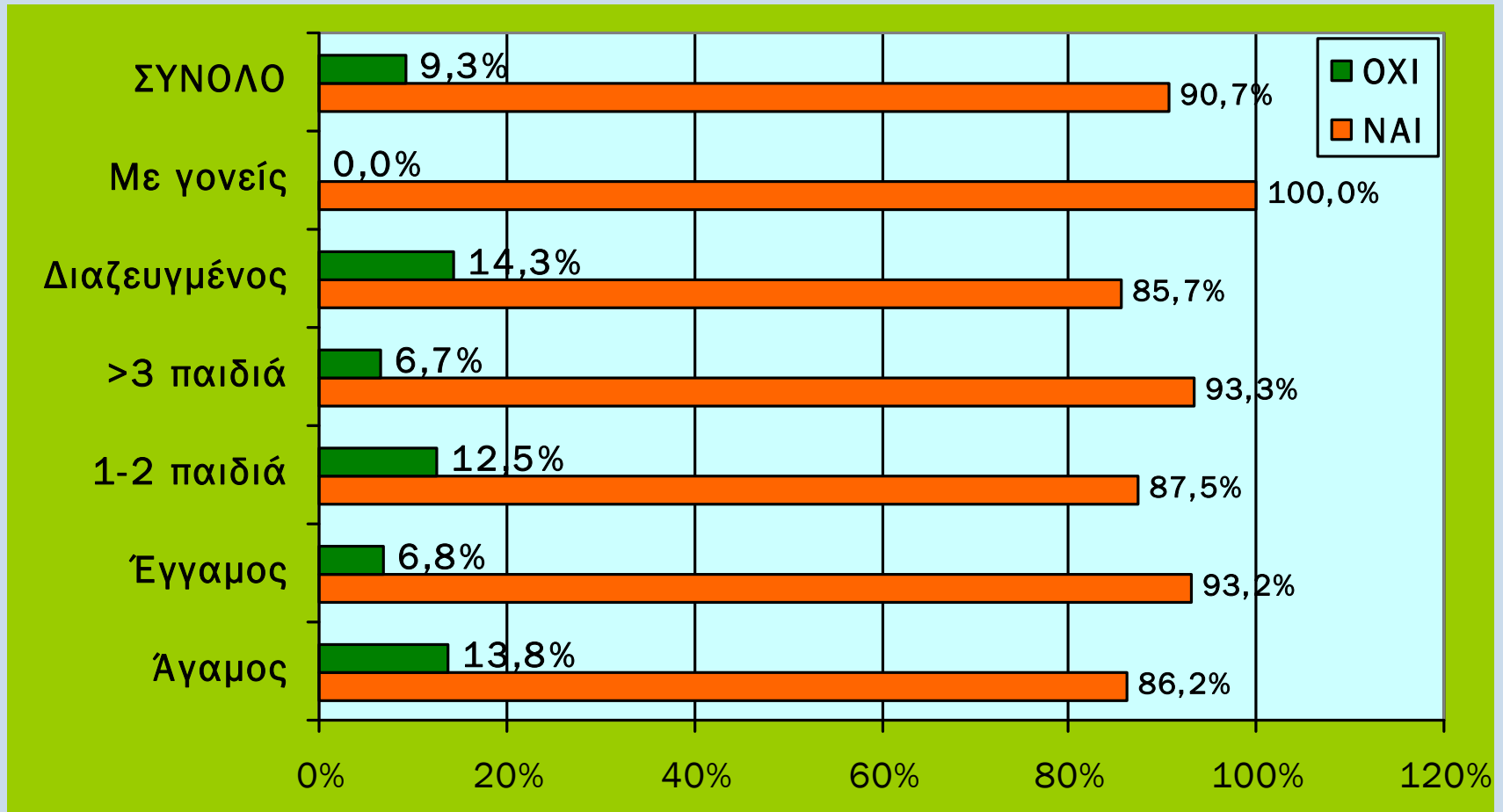


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Σχέση μεταξύ οικογενειακής κατάστασης και αγοράς στο παρελθόν κυπριακών επίπλων

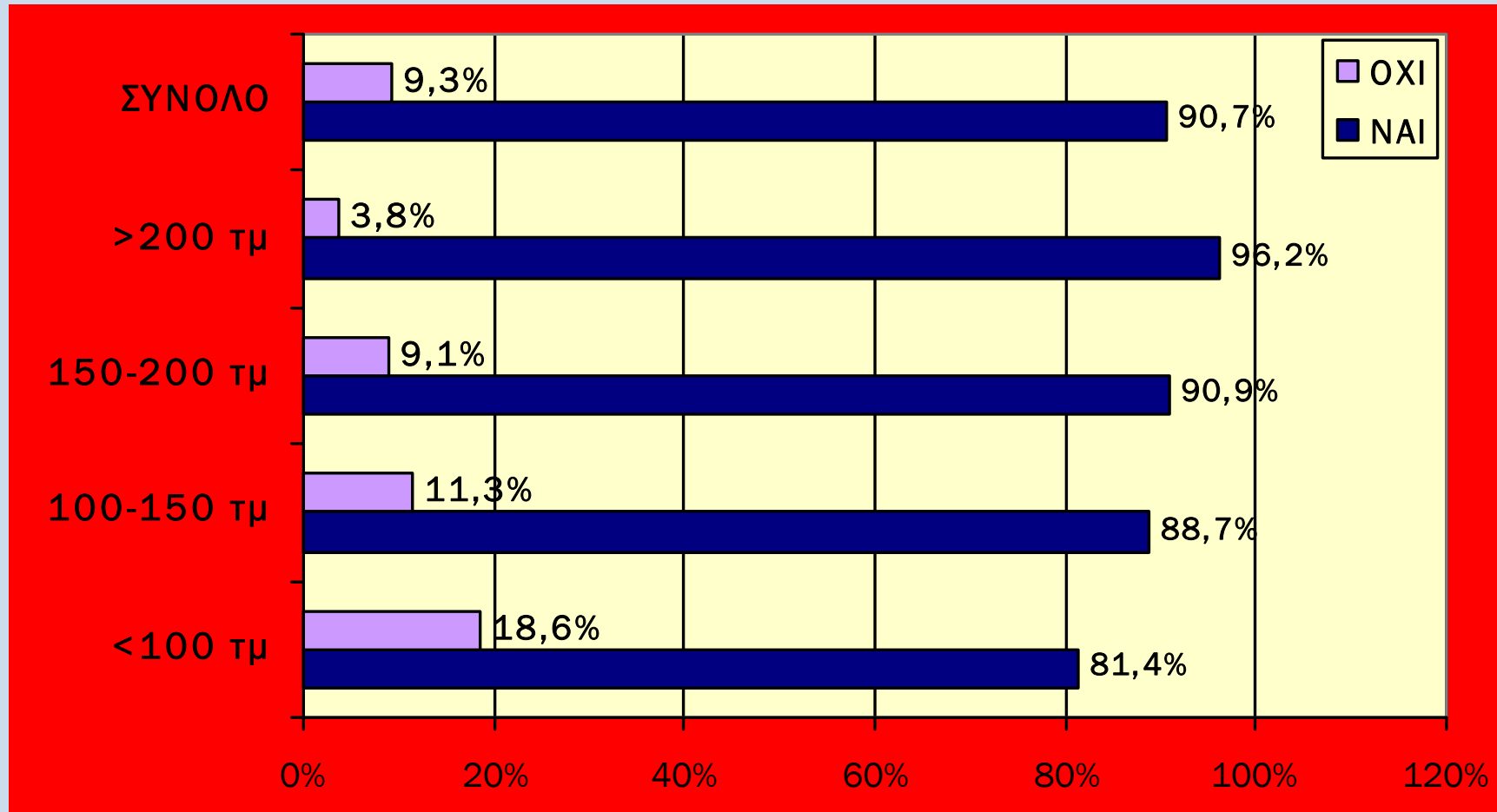


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



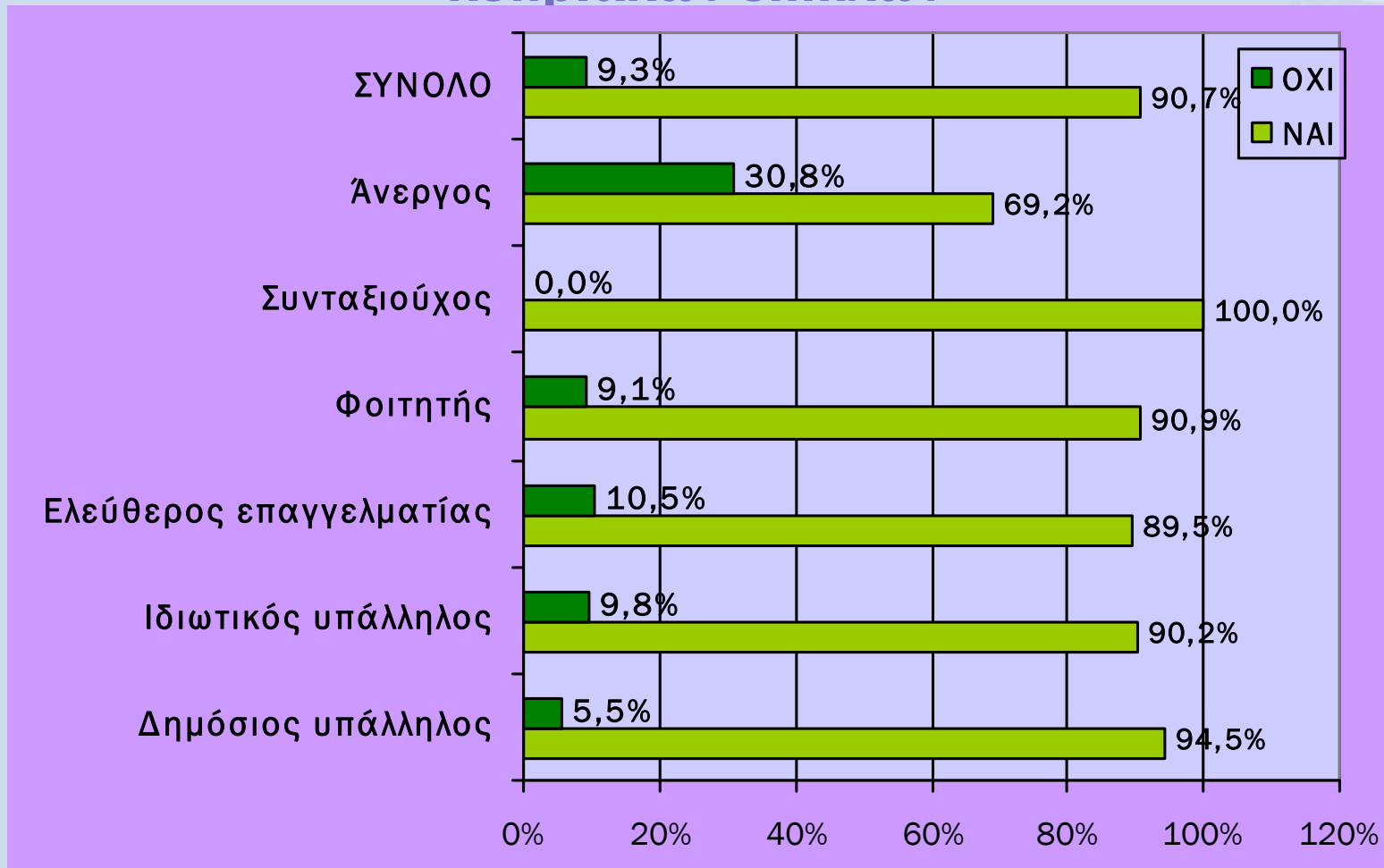
Σχέση μεταξύ επιφάνεια κατοικίας και αγοράς στο παρελθόν
κυπριακών επίπλων



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Σχέση μεταξύ επαγγέλματος και αγοράς στο παρελθόν κυπριακών επίπλων

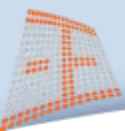
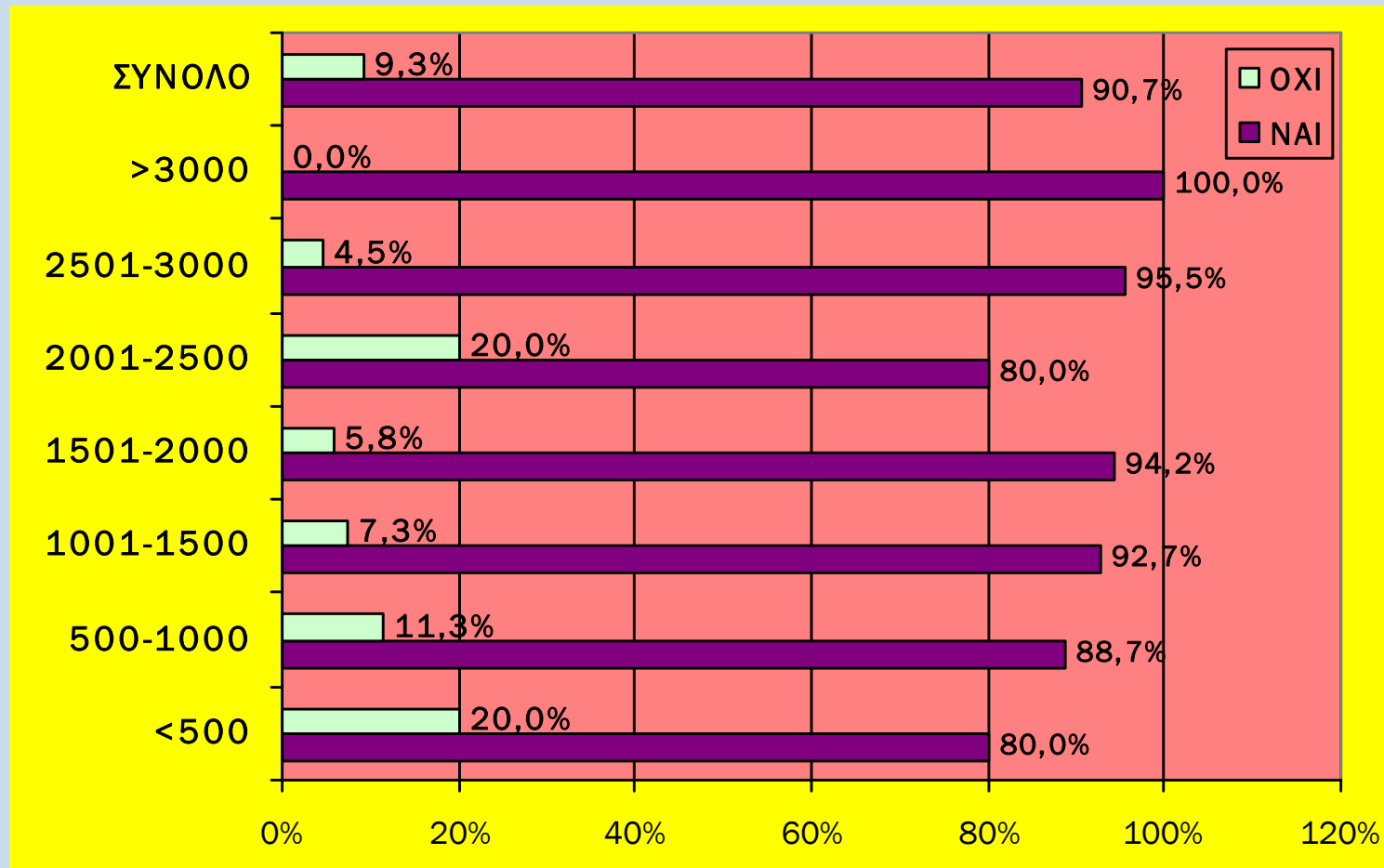


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Σχέση μεταξύ οικογενειακού εισοδήματος και αγοράς στο παρελθόν κυπριακών επίπλων



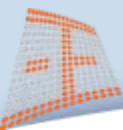
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Αιτία επίσκεψης και αγοράς έστω και 1 φορά σε κατάστημα ή εργαστήριο κατασκευής κυπριακών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών στο παρελθόν

Αιτίες	Ποσοστό %
Από συγγενείς, φίλους και γνωστούς που είχαν ήδη αγοράσει και έμειναν ευχαριστημένοι	42,0
Από έρευνα αγοράς που πραγματοποίησα εγώ προσωπικά	20,8
Από διαφήμιση σε TV, ραδιόφωνο, περιοδικά κλπ	15,4
Τυχαία	9,1
Γιατί είναι φίλος μου ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης	7,4
Γιατί είναι συγγενής μου ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης	6,2
Γιατί είναι πελάτης μου ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης	3,3
Γιατί η επιχείρηση είναι κοντά στο σπίτι που μένω	2,9

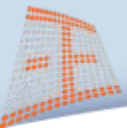
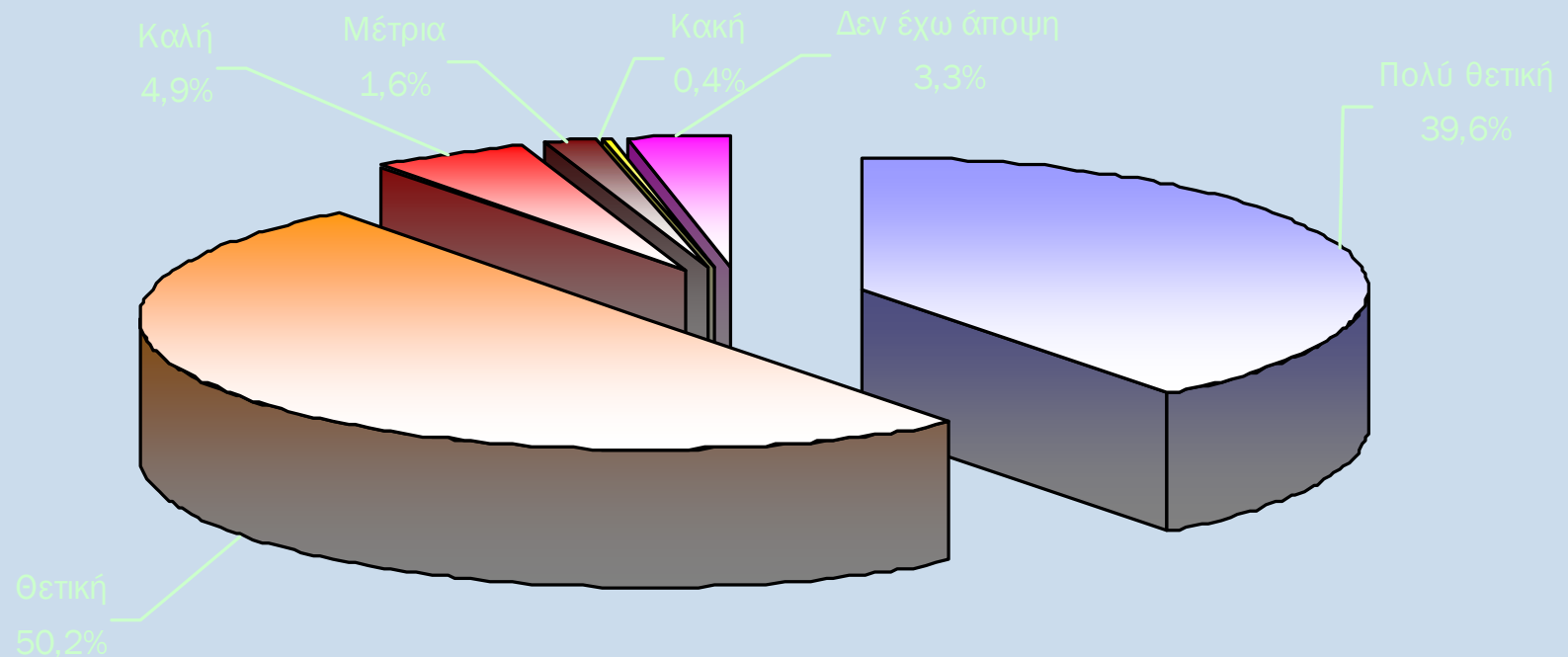


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



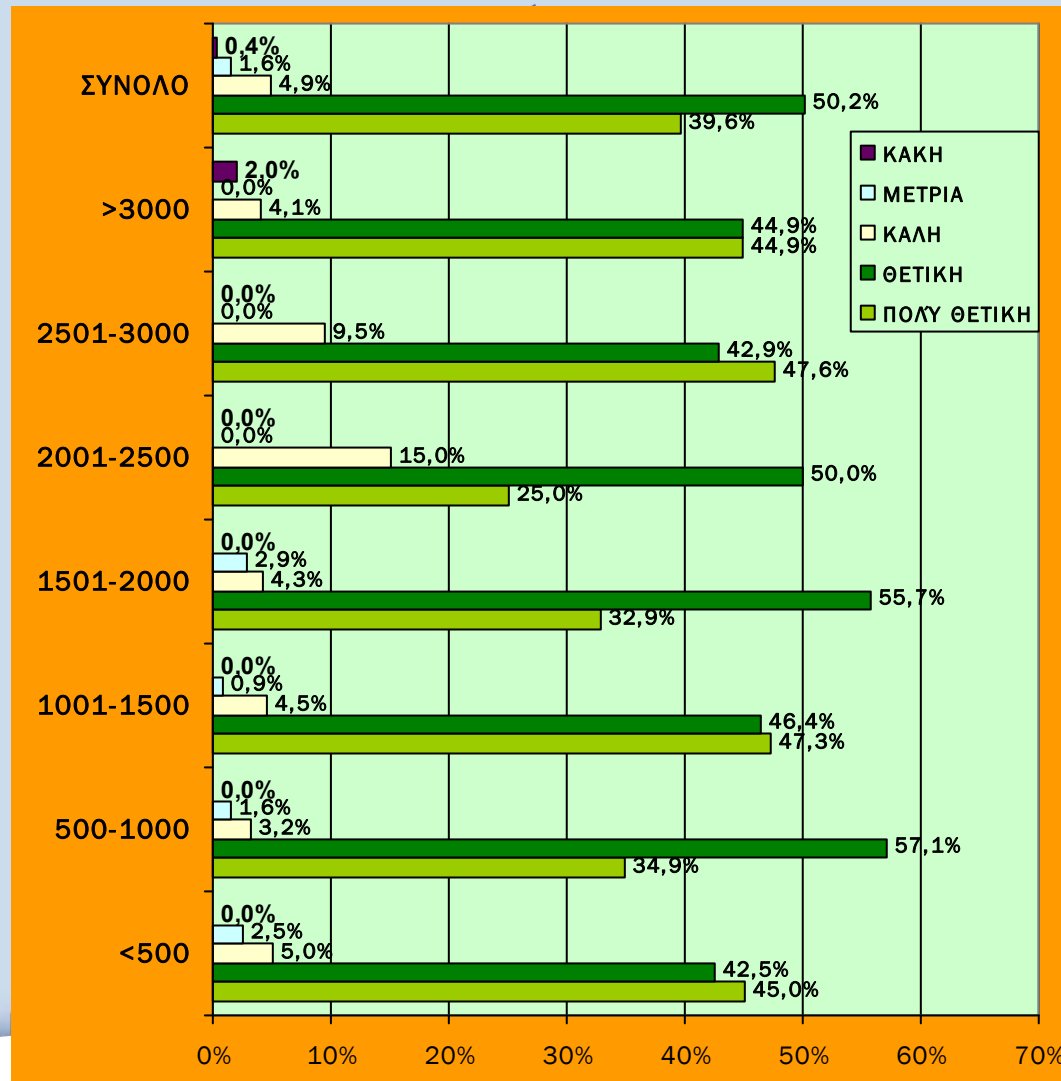
Γνώμη Κυπρίων για τα κυπριακή αγορά επίπλων και ξυλουργικών κατασκευών



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

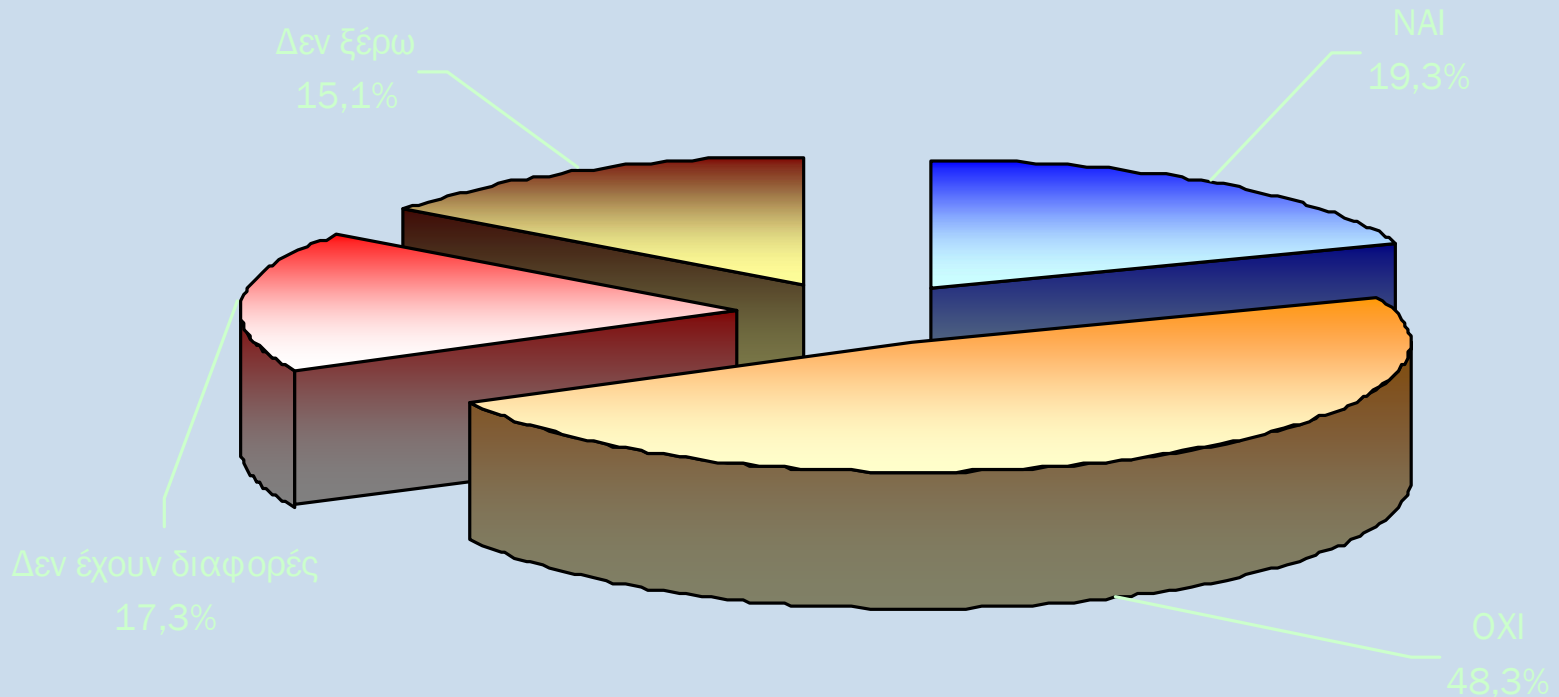
Η γνώμη των Κυπρίων για τα κυπριακά προϊόντα επίπλων και ξυλουργικών κατασκευών σε σχέση με το οικογενειακό τους



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Πλεονεκτούν τα εισαγόμενα έπιπλα και οι ξυλουργικές κατασκευές σε σχέση με αυτά της κυπριακής αγοράς;

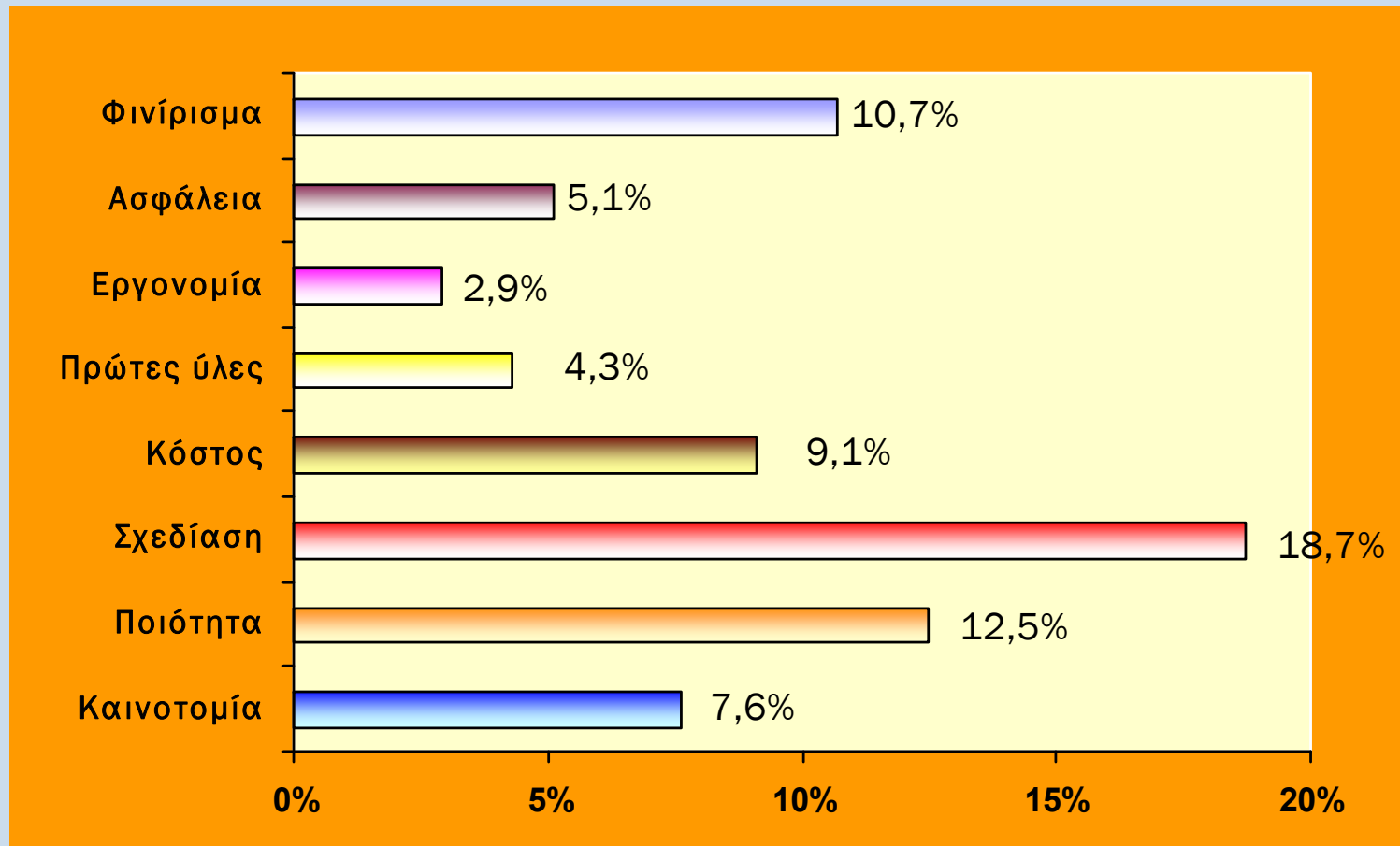


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



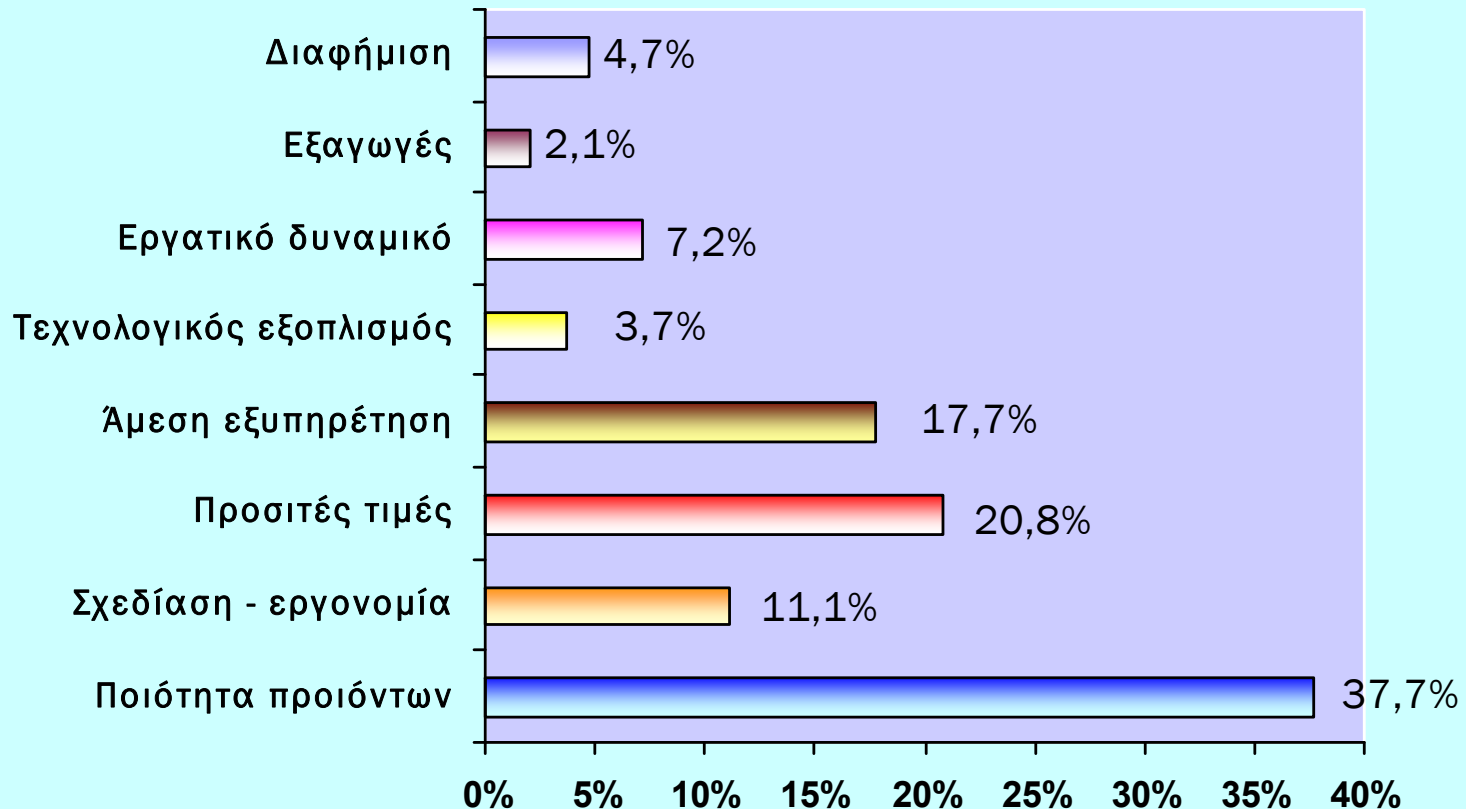
Πλεονεκτήματα εισαγόμενων επίπλων και ξυλουργικών κατασκευών



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Σε ποια σημεία υπερτερούν τα κυπριακά έπιπλα και οι ξυλουργικές κατασκευές σε σχέση με τα εισαγόμενα

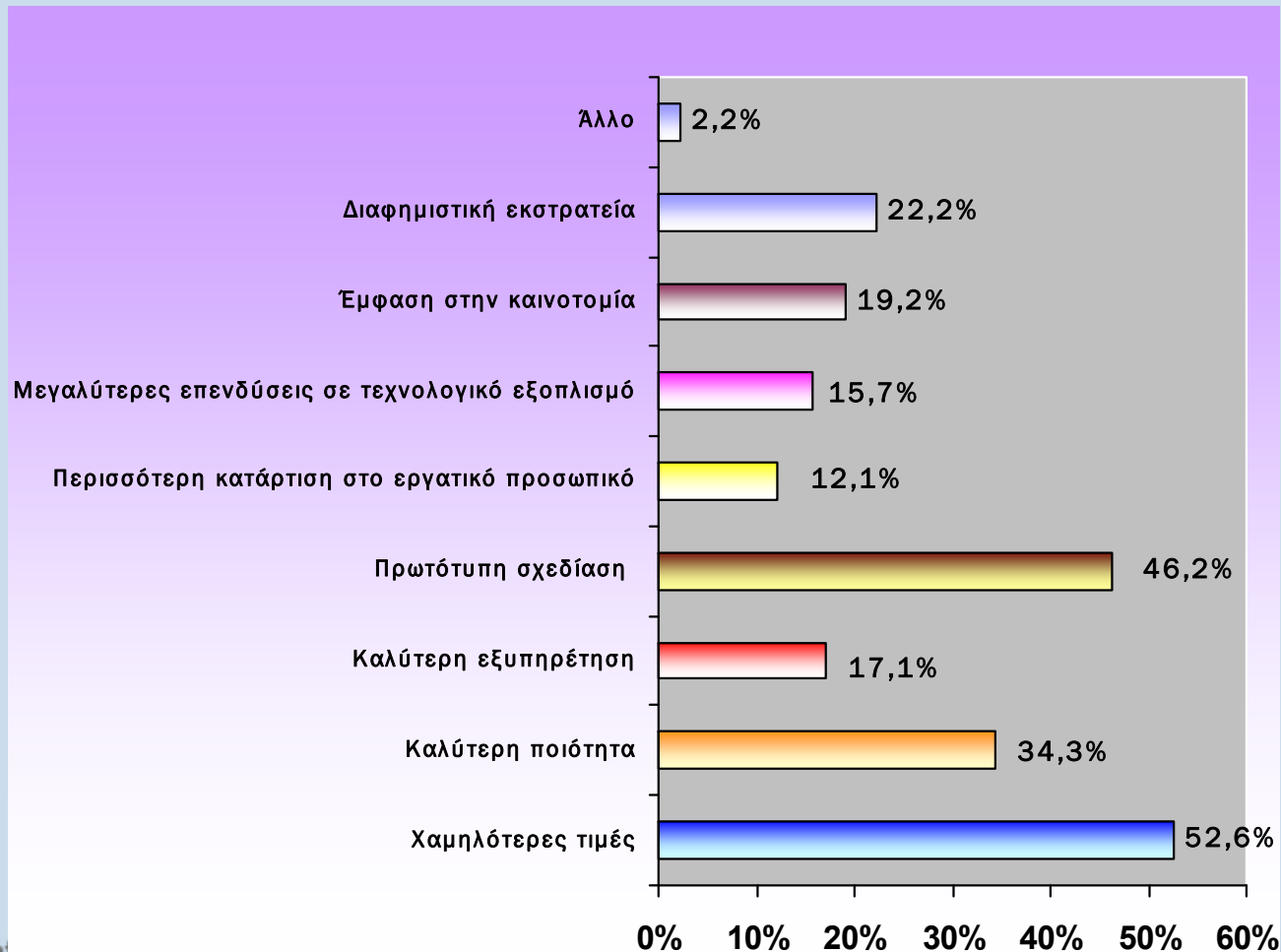


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Σε τι θα πρέπει να επενδύσει ο κυπριακός κλάδος επίπλου & ξυλουργικών κατασκευών για να γίνει πιο ανταγωνιστικός

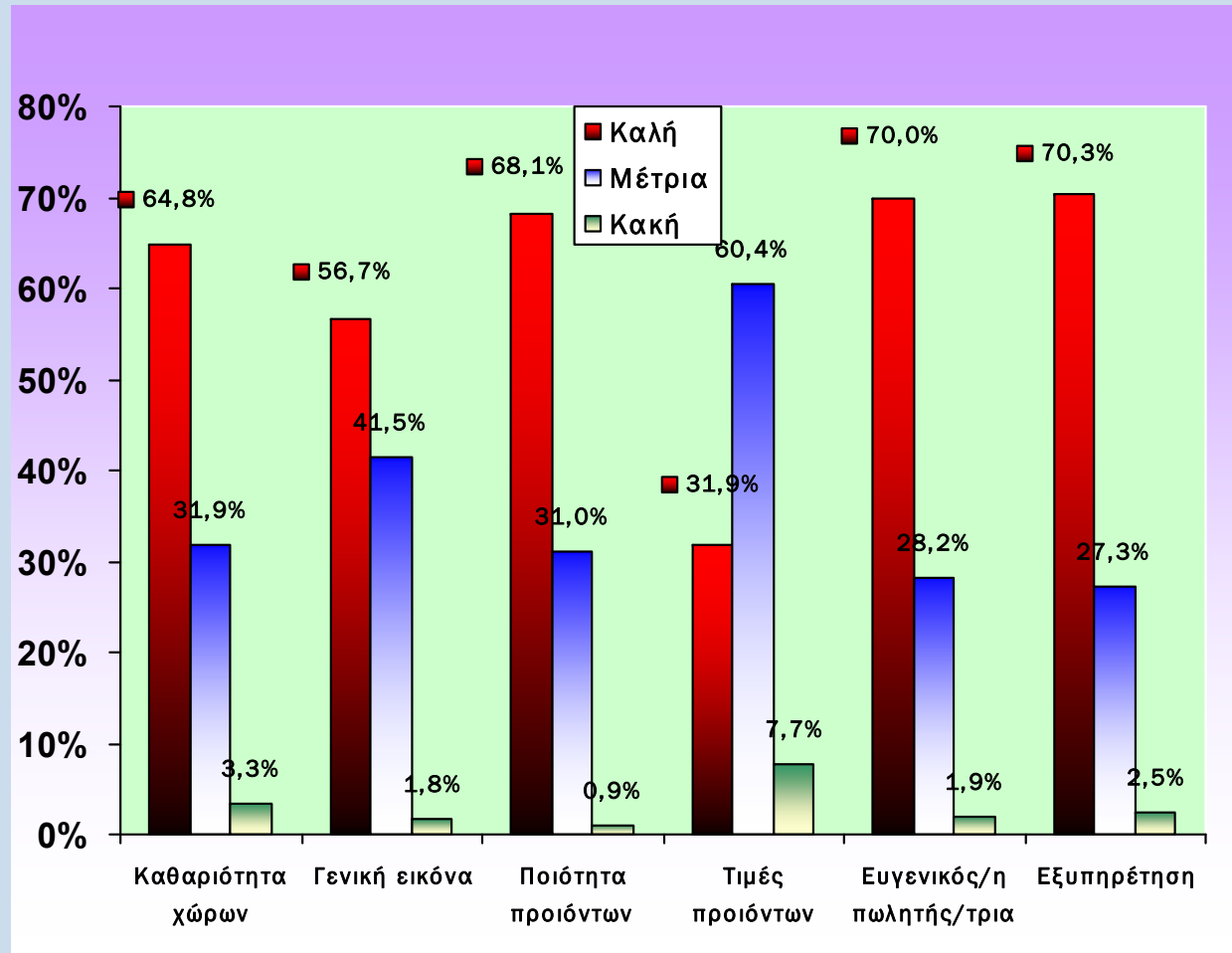


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Οι εντυπώσεις από τα κυπριακά καταστήματα παραγωγής και εμπορίας επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

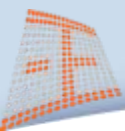
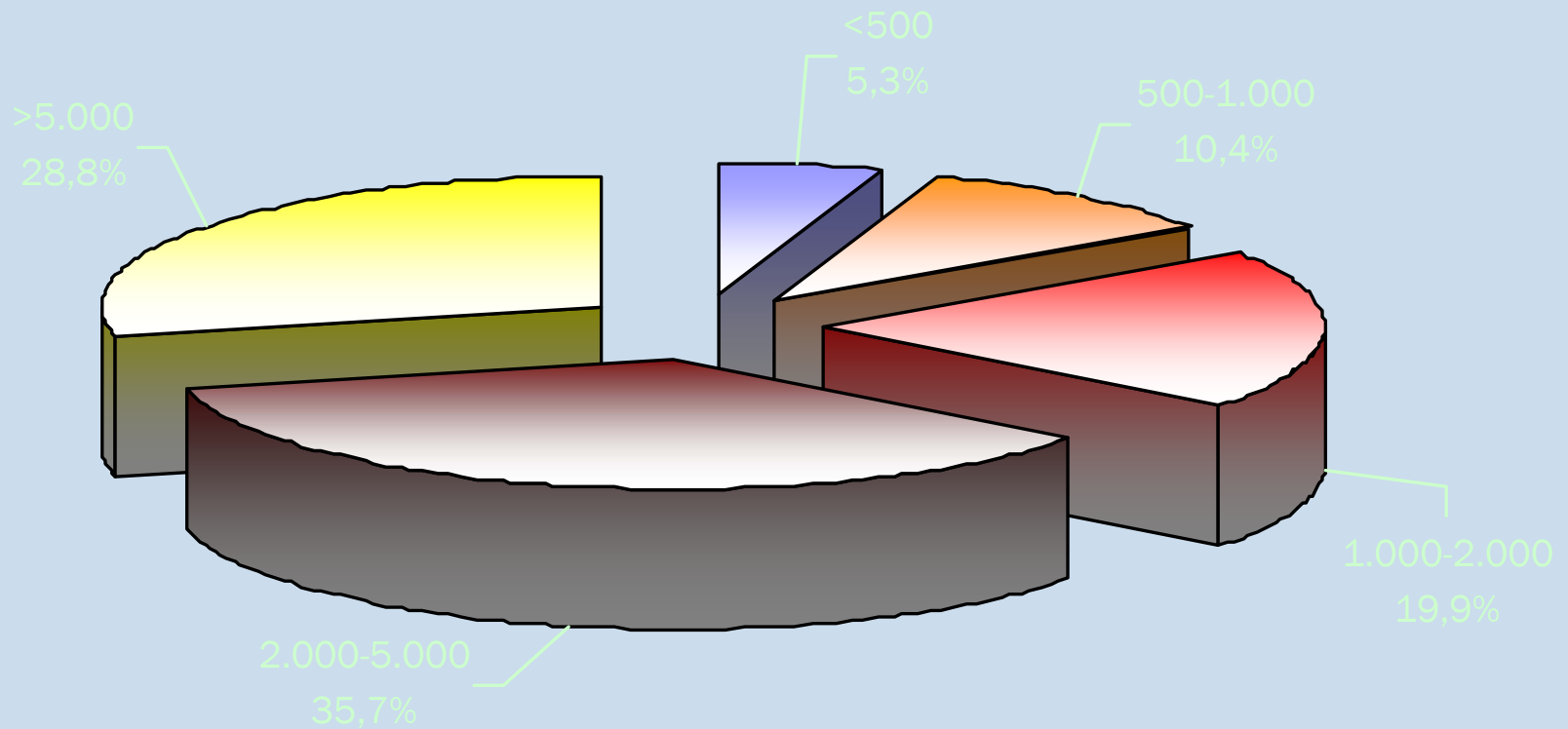


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



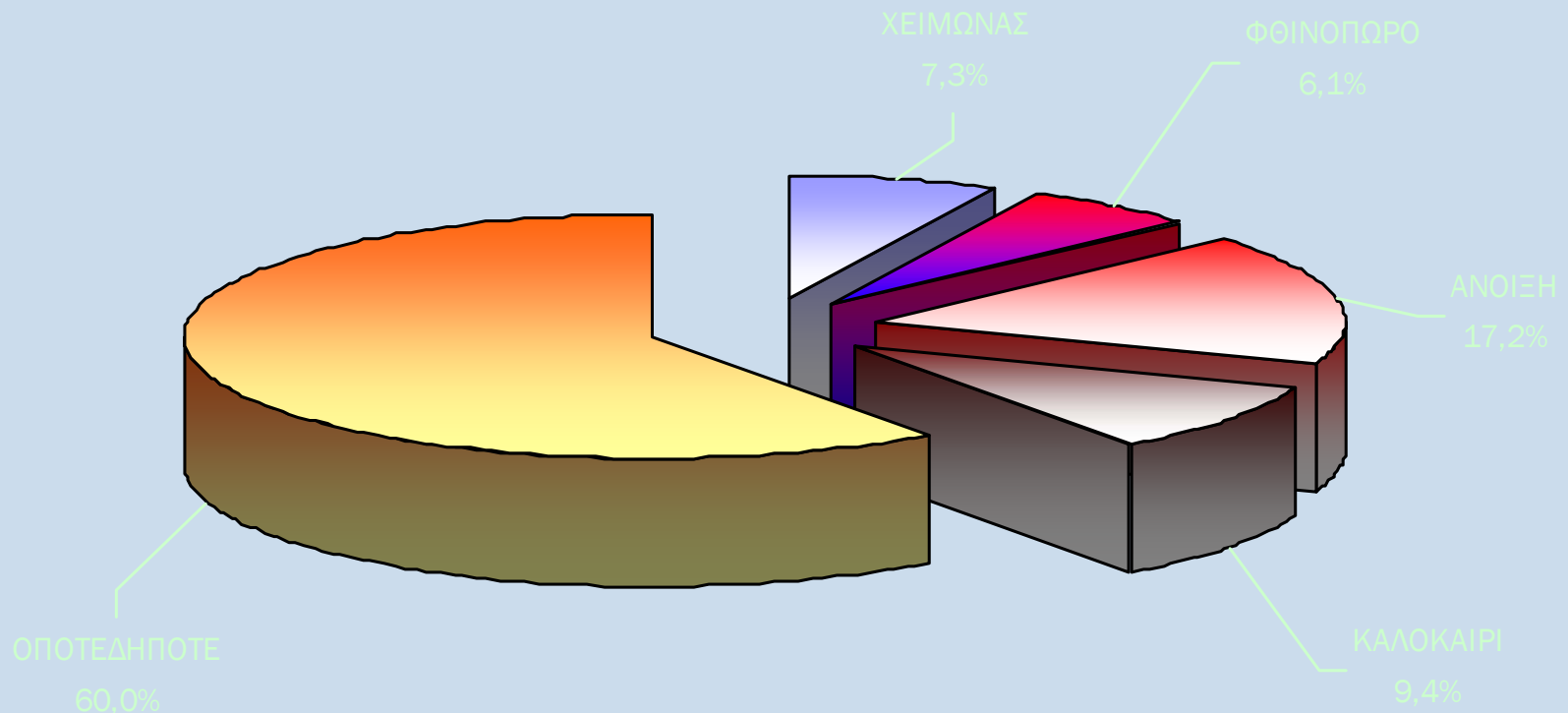
Ύψος χρηματικού ποσού που διαθέσατε σήμερα ή που πιθανόν να διαθέσετε στο εγγύς μέλλον για την αγορά των επίπλων;



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Εποχές αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

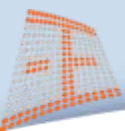
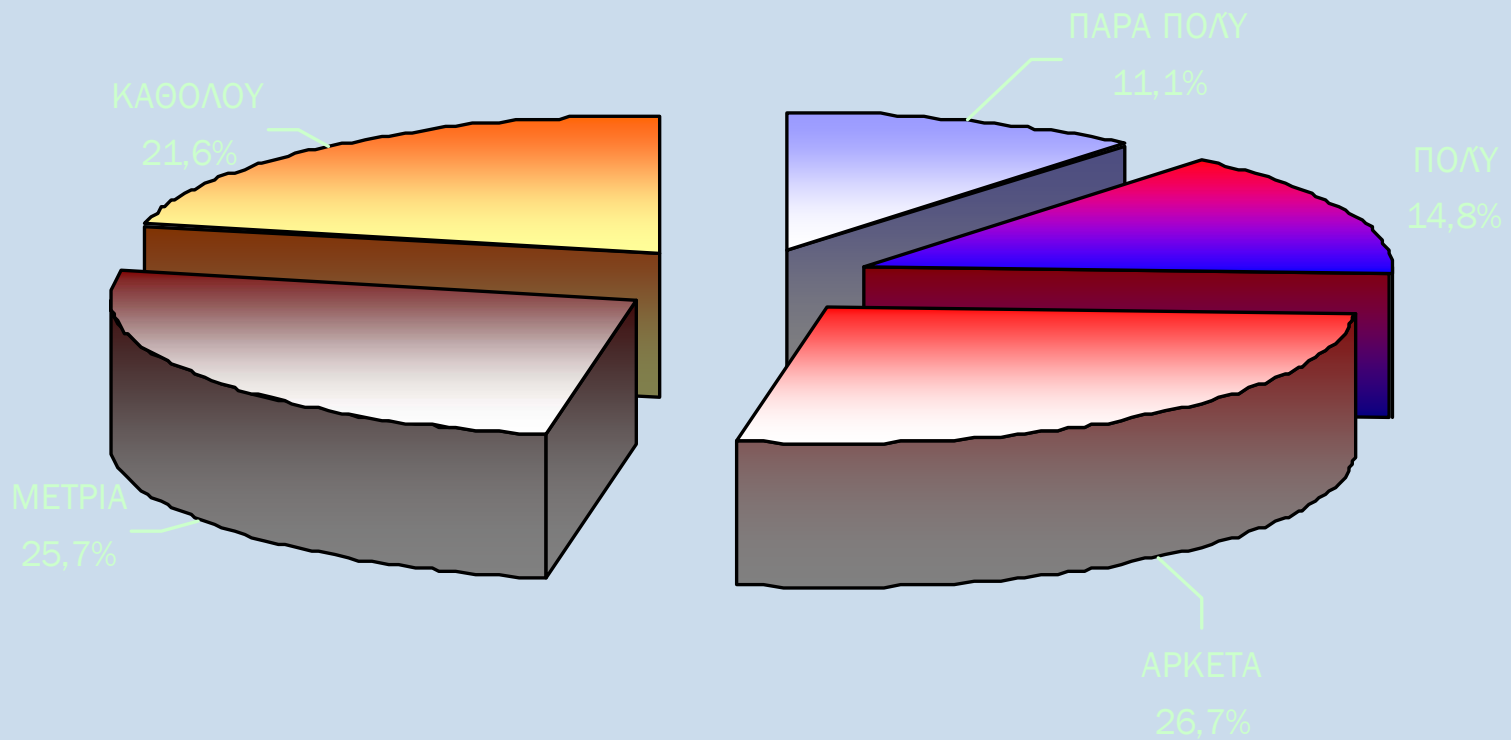


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Πόσο οι διαφημίσεις επηρεάζουν στην τελική επιλογή για την αγορά ενός επώνυμου προϊόντος

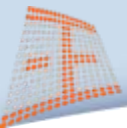
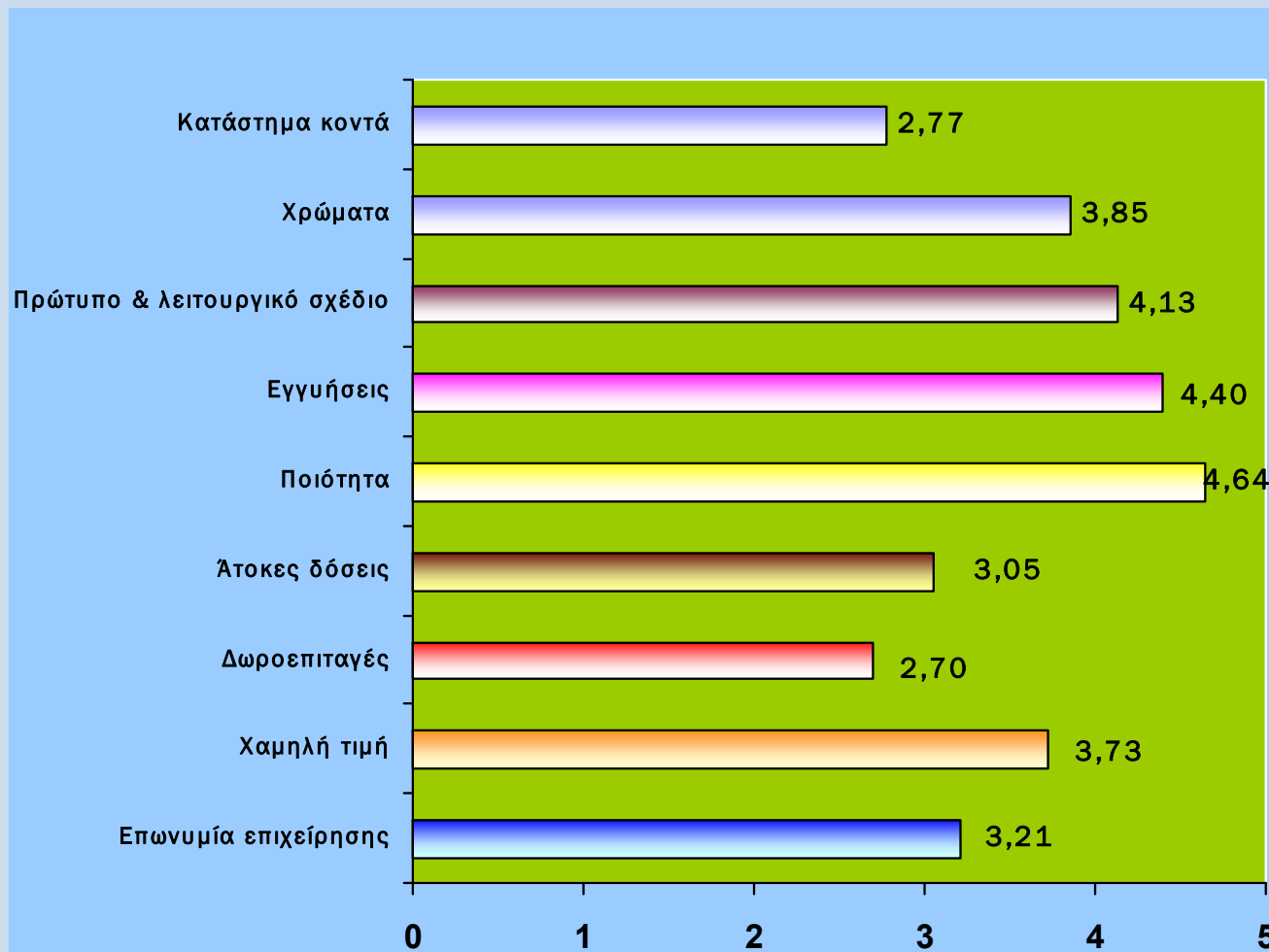


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Χαρακτηριστικά επίπλων που δίνουν ιδιαίτερα σημασία οι καταναλωτές στις διαφημίσεις αυτών



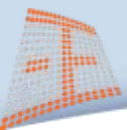
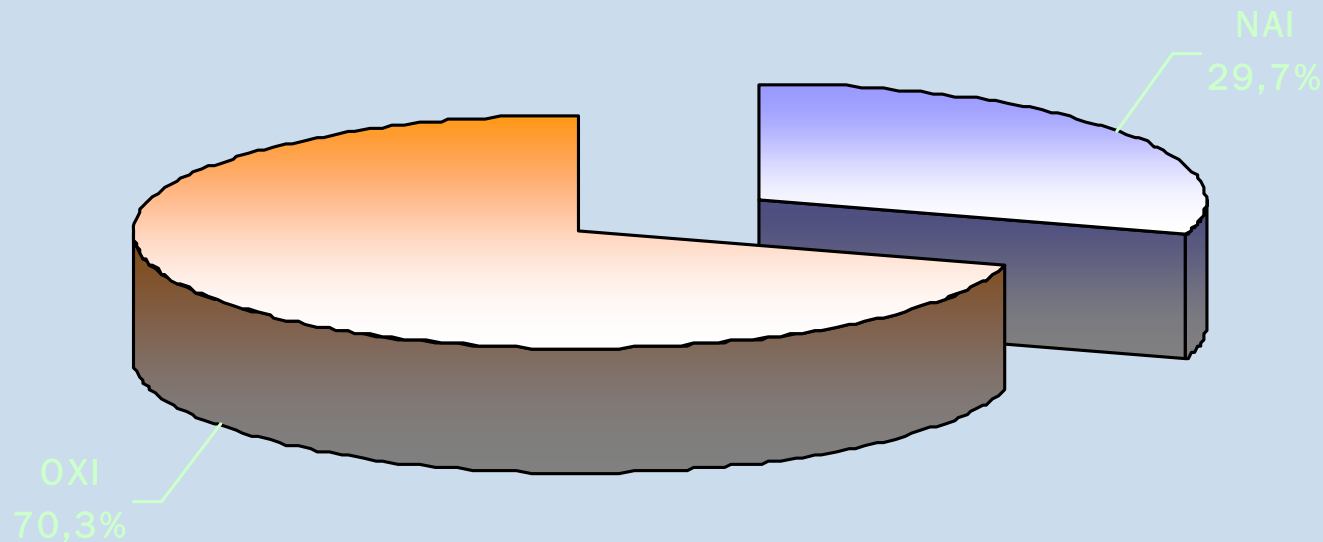
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Click to edit Master text styles

Εξαρτάται η αξιοπιστία μιας εταιρίας επίπλων από το πόσο συχνά διαφημίζεται;

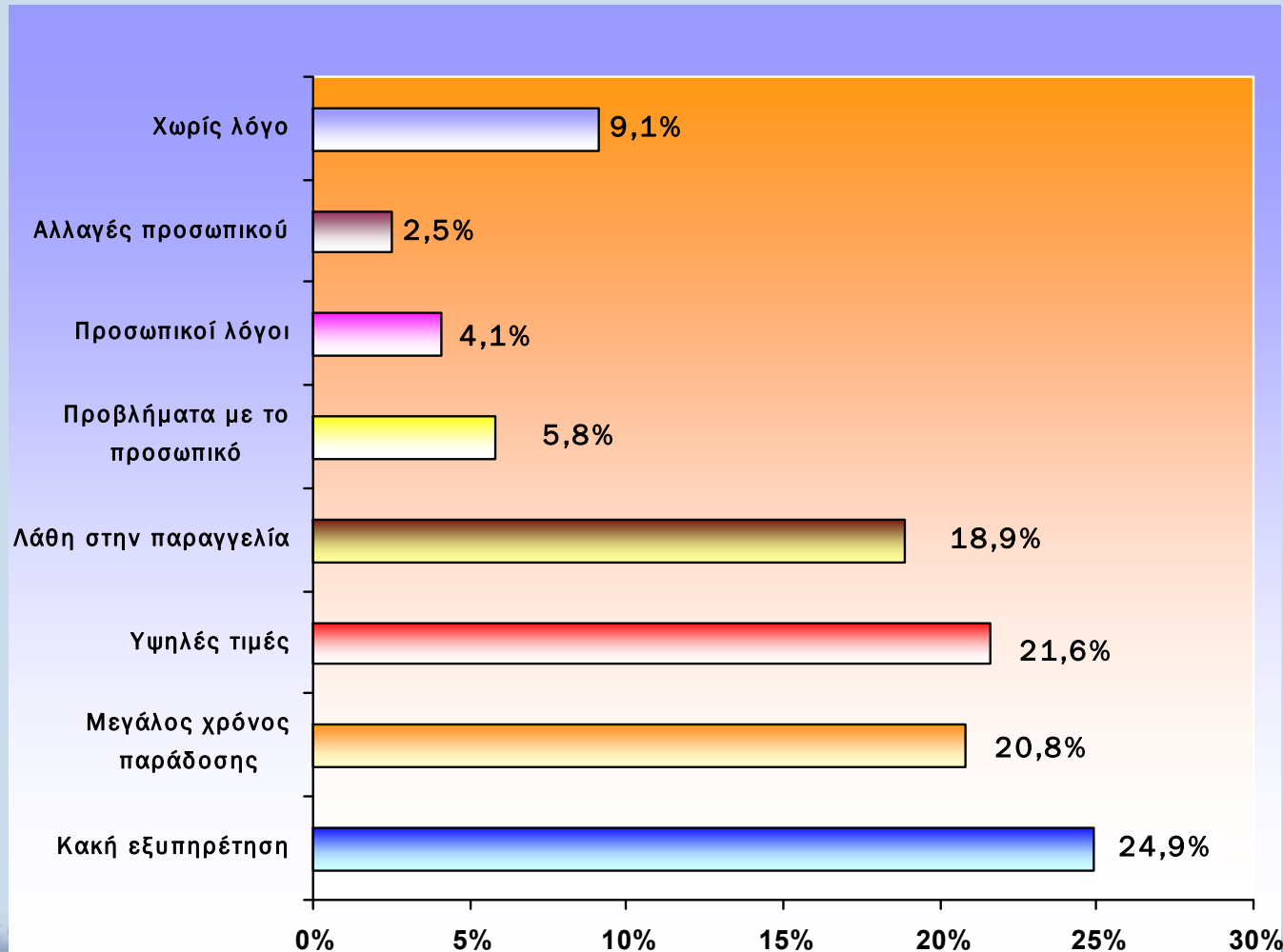


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Λόγοι διακοπής αγοράς επίπλων από προηγούμενη επιχείρηση

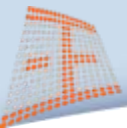
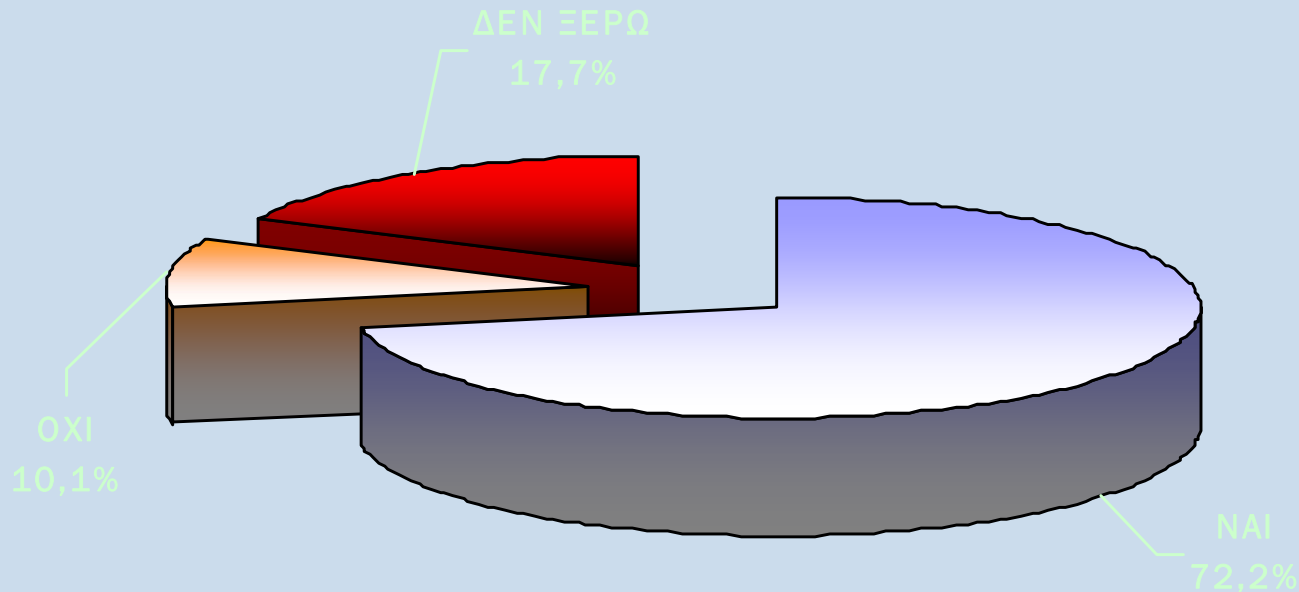


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Είναι σήμερα ο κλάδος των κυπριακών ξυλουργικών κατασκευών & επίπλων ένας υγιής κλάδος που συμβάλλει στην ανάπτυξη της κυπριακής οικονομίας;

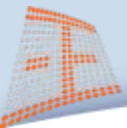
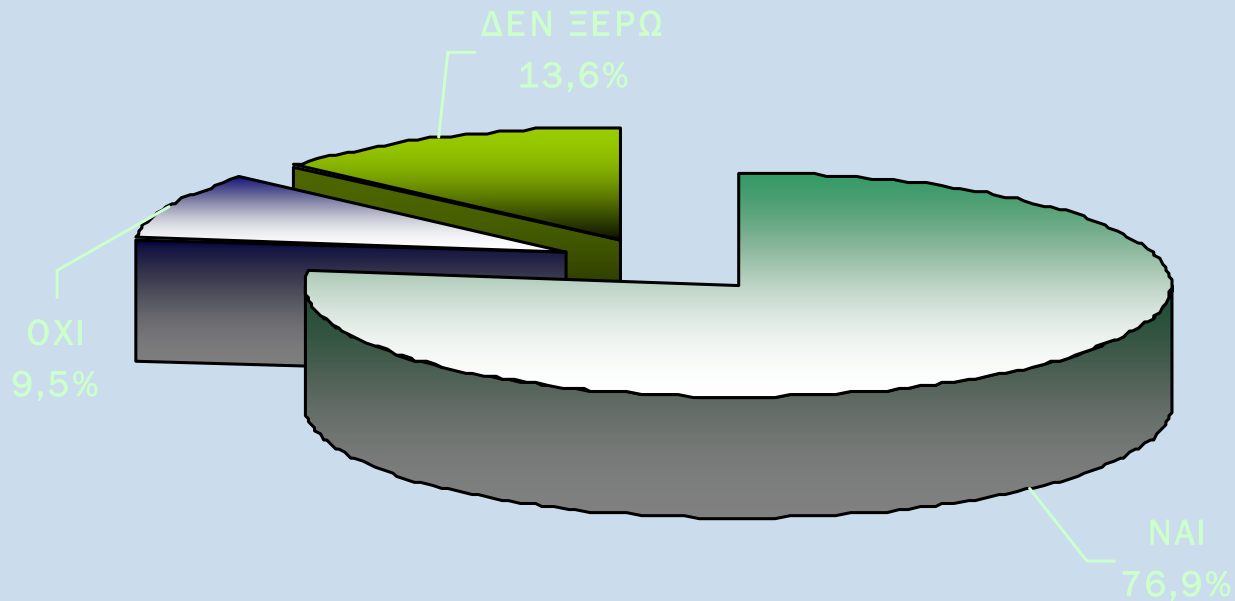


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Υπάρχει προσωπικό ενδιαφέρον για την επιβίωση ή ανάπτυξη του κλάδου των κυπριακών ξυλουργικών κατασκευών & επίπλων στην σημερινή έντονη ανταγωνιστική αγορά κυρίως με τα εισαγόμενα προϊόντα;

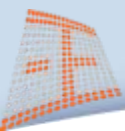
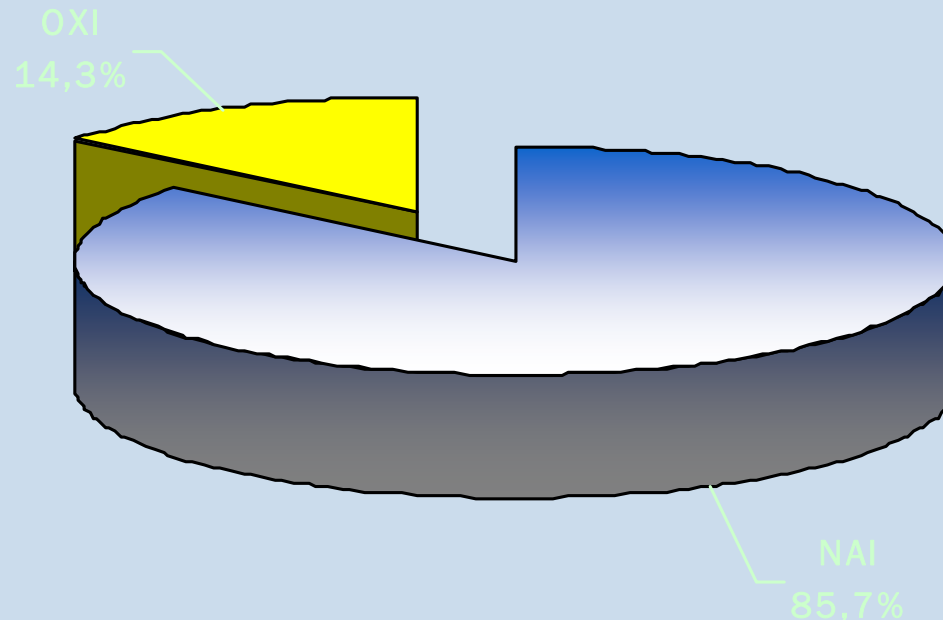


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



Υπάρχει γενικότερα προτίμηση σε κυπριακά παραγόμενα προϊόντα;



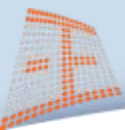
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων κουζίνας



Κρίσεις για τις κυπριακές κουζίνες

Αιτίες	Χαρακτηρισμός					Μ.Ο. βαθμολογίας	Διαφορά
	Εξαιρετικά Καλή %	Καλή %	Μέτρια %	Κακή %	Εξαιρετικά κακή %		
1	2	3	4	5	6	7	8
Όταν γενικά αγοράζετε έπιπλα κουζίνας, πόσο σημαντικός είναι για εσάς ο παράγοντας «αντοχή κάτω από συνθήκες συνεχούς χρήσης»;	64,6	23,0	8,8	2,6	1,1	4,47	
Πώς κρίνετε την αντοχή των κυπριακών επίπλων κουζίνας κάτω από συνθήκες συνεχούς χρήσης;	33,9	30,0	25,9	7,3	2,8	3,85	-0,62



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων κουζίνας



Κρίσεις για τις κυπριακές κουζίνες

Αιτίες	Χαρακτηρισμός					Μ.Ο. βαθμολογίας	Διαφορά
	Εξαιρετικά Καλή %	Καλή %	Μέτρια %	Κακή %	Εξαιρετικά κακή %		
1	2	3	4	5	6	7	8
Όταν γενικά αγοράζετε έπιπλα κουζίνας, πόσο σημαντικός είναι για εσάς ο παράγοντας «εγγύηση και υπηρεσίες (service) μετά την αγορά»;	59,8	26,5	9,1	2,6	2,0	4,40	
Πώς κρίνετε την εγγύηση καθώς και τις υπηρεσίες (service) που προσφέρουν οι κυπριακές επιχειρήσεις παραγωγής επίπλων κουζίνας μετά την αγορά σας;	19,1	31,1	32,0	13,6	4,2	3,47	-0,93

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων κουζίνας



Κρίσεις για τις κυπριακές κουζίνες

Αιτίες	Χαρακτηρισμός					Μ.Ο. βαθμολογίας	Διαφορά
	Εξαιρετικά Καλή %	Καλή %	Μέτρια %	Κακή %	Εξαιρετικά κακή %		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Όταν γενικά αγοράζετε έπιπλα κουζίνας, πόσο σημαντικός είναι για εσάς ο παράγοντας « ποιότητα παρεχομένων υπηρεσιών στο κατάστημα »;	43,6	31,8	16,8	6,5	1,3	4,10	
Ποια είναι η γνώμη σας για την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών στα καταστήματα που πουλούν μόνο κυπριακά έπιπλα;	16,8	33,9	37,6	9,9	1,7	3,54	-0,56

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων κουζίνας



Κρίσεις για τις κυπριακές κουζίνες

Αιτίες	Χαρακτηρισμός					Μ.Ο. βαθμολογίας	Διαφορά
	Εξαιρετικά Καλή %	Καλή %	Μέτρια %	Κακή %	Εξαιρετικά κακή %		
1	2	3	4	5	6	7	8
Όταν γενικά αγοράζετε έπιπλα κουζίνας, πόσο σημαντικός είναι για εσάς ο παράγοντας « διάρκεια παράδοσης και διάρκεια εγκατάστασης στον χώρο σας »;	43,5	31,4	16,9	5,4	2,8	4,07	
Ποια είναι η γνώμη σας για τις κυπριακές κουζίνες ως προς τη διάρκεια παράδοσης και τη διάρκεια εγκατάστασής τους στον χώρο σας;	20,0	31,1	32,7	12,1	4,2	3,51	-0,56

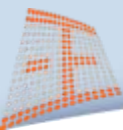
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων κουζίνας



Κρίσεις για τις κυπριακές κουζίνες

Αιτίες	Χαρακτηρισμός					Μ.Ο. βαθμολογίας	Διαφορά
	Εξαιρετικά Καλή %	Καλή %	Μέτρια %	Κακή %	Εξαιρετικά κακή %		
1	2	3	4	5	6	7	8
Όταν γενικά αγοράζετε έπιπλα κουζίνας, πόσο σημαντικός είναι για εσάς ο παράγοντας «τιμή»;	36,1	28,9	24,2	7,6	3,2	3,87	
Ποια είναι η γνώμη σας για τις κυπριακές κουζίνες ως προς τις τιμές τους;	17,8	26,3	42,8	9,2	3,9	3,45	-0,42

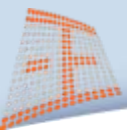
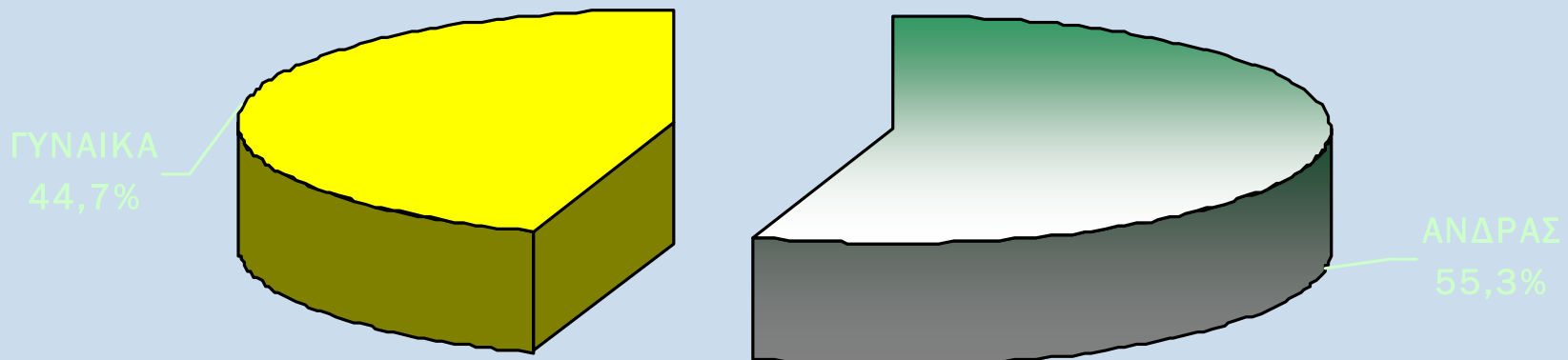


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Click to edit Master text styles

Φύλο

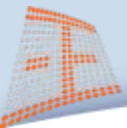
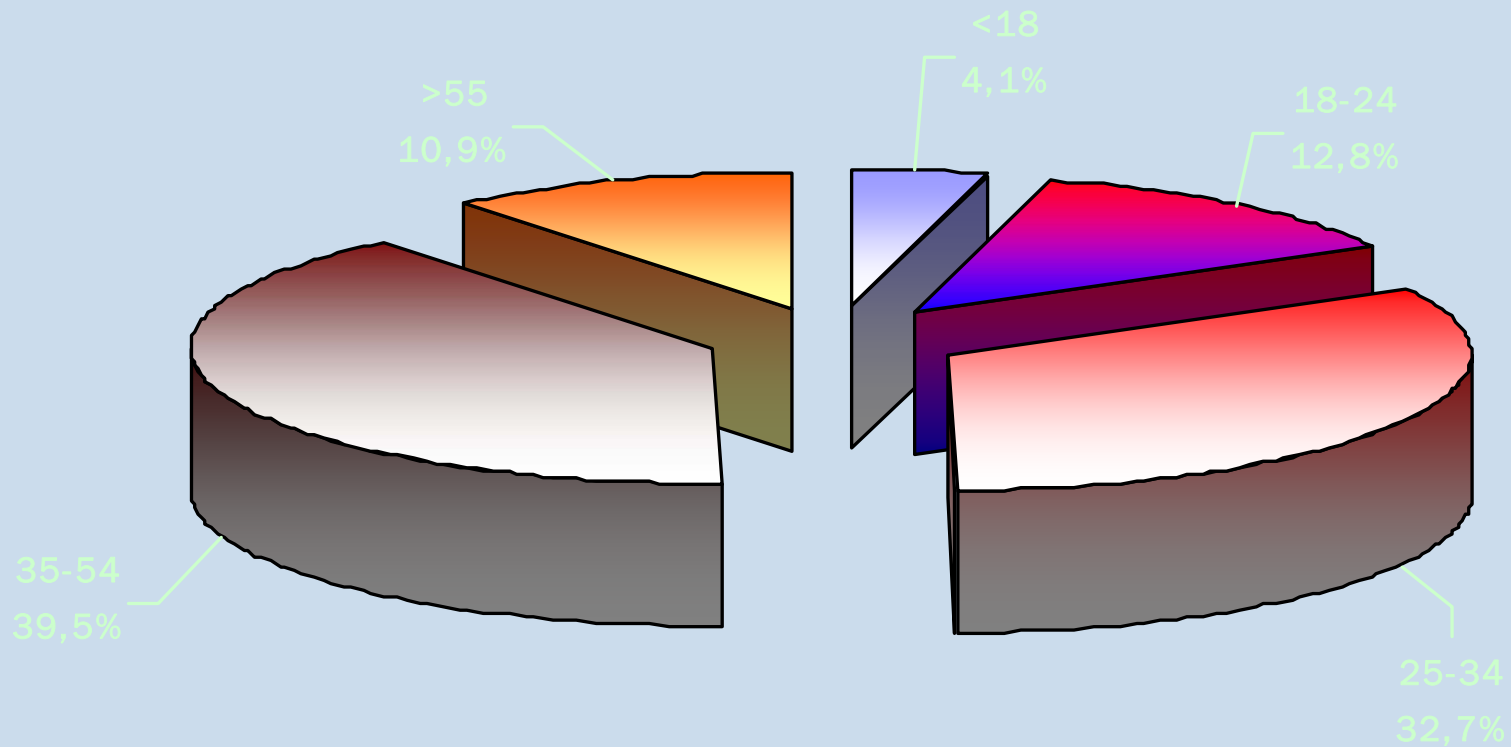


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Click to edit Master text styles

Ηλικία

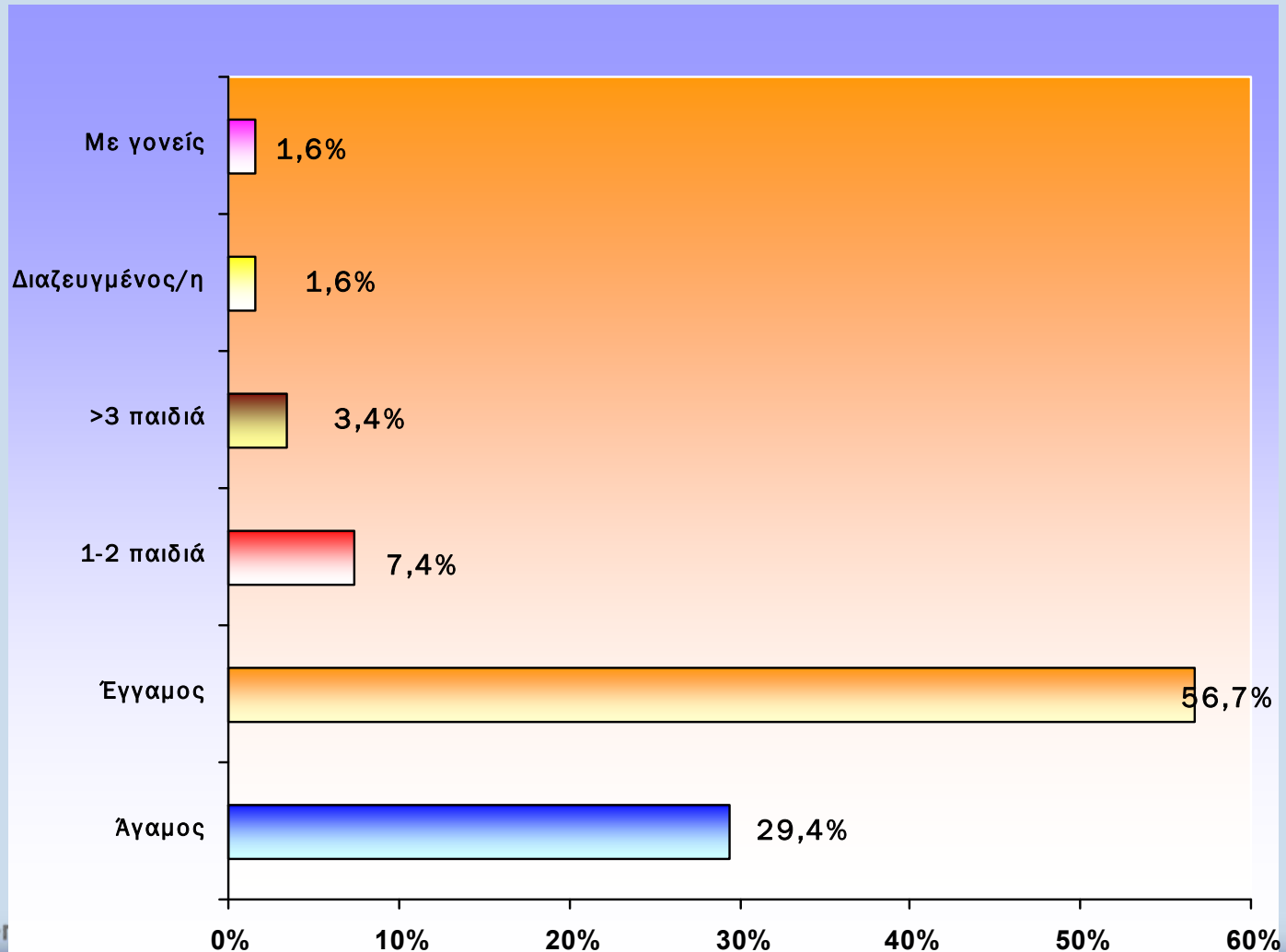


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Click to edit Master text styles

Οικογενειακή κατάσταση

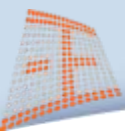
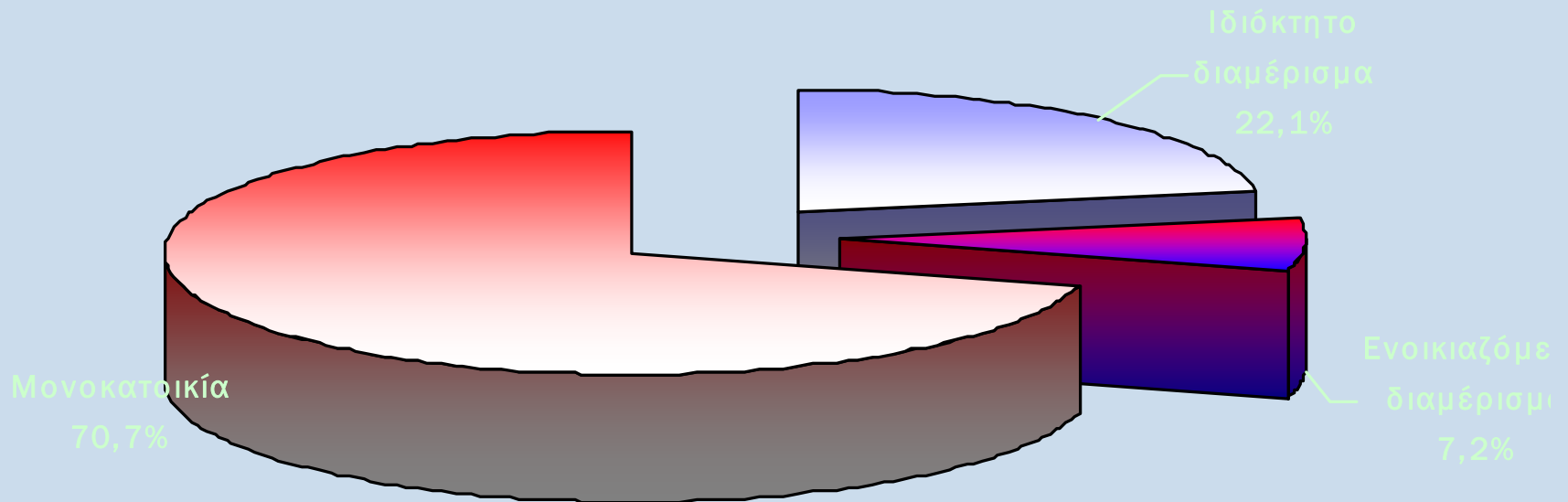


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Click to edit Master text styles

Είδος κατοικίας

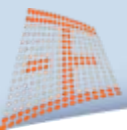
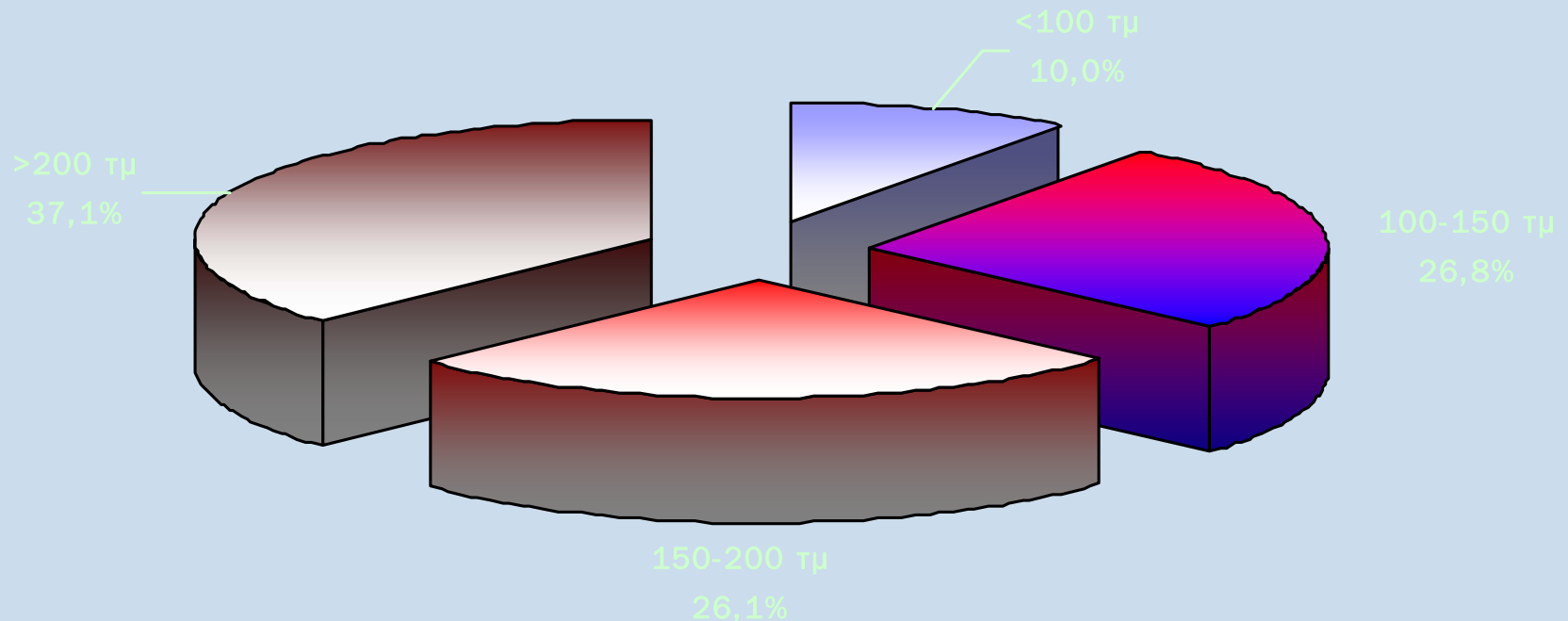


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Click to edit Master text styles

Επιφάνεια κατοικίας

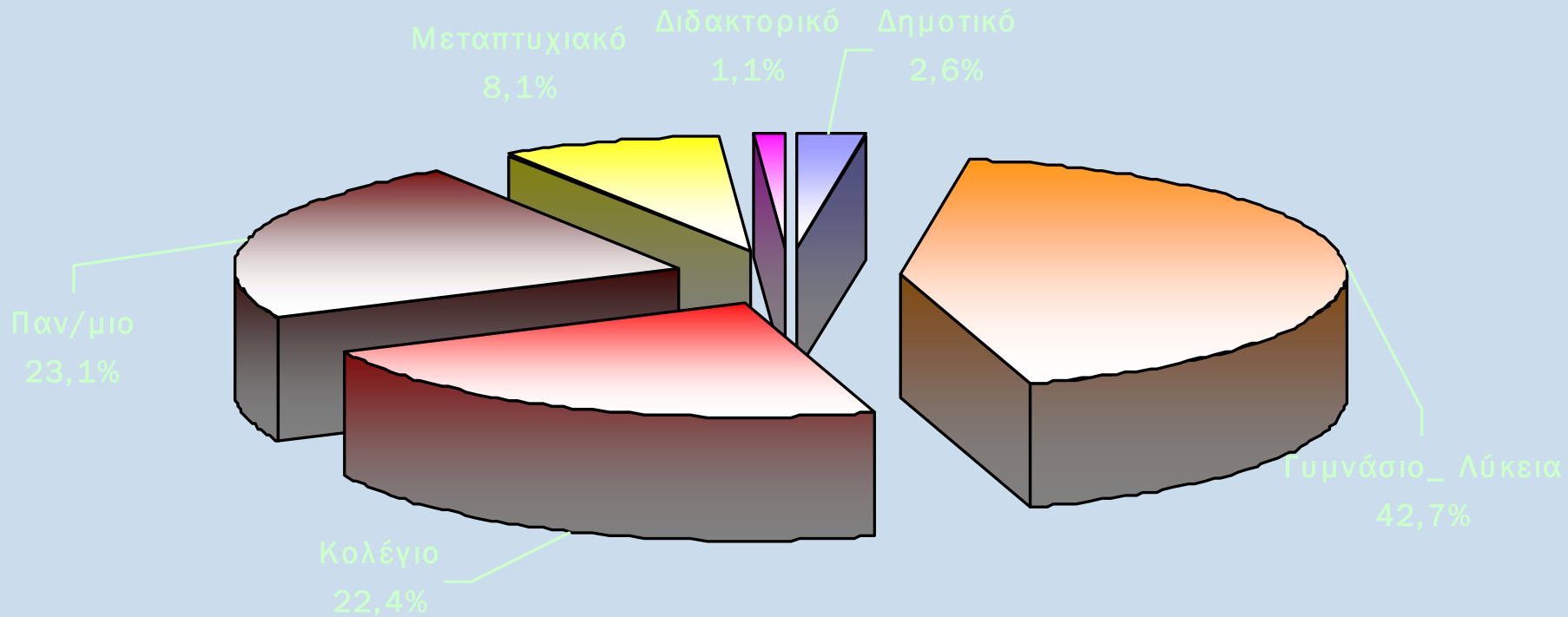


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Click to edit Master text styles

Μορφωτικό επίπεδο

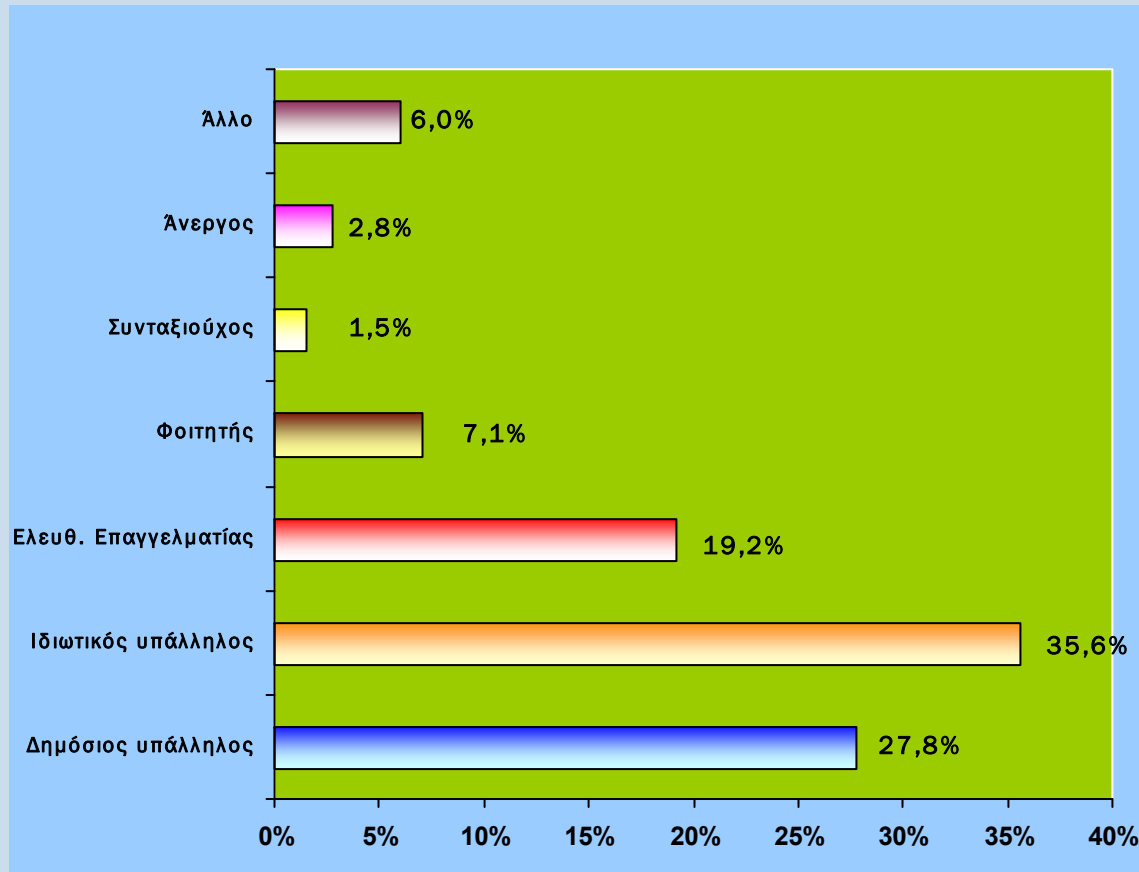


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Click to edit Master text styles

Επαγγελματική κατάσταση

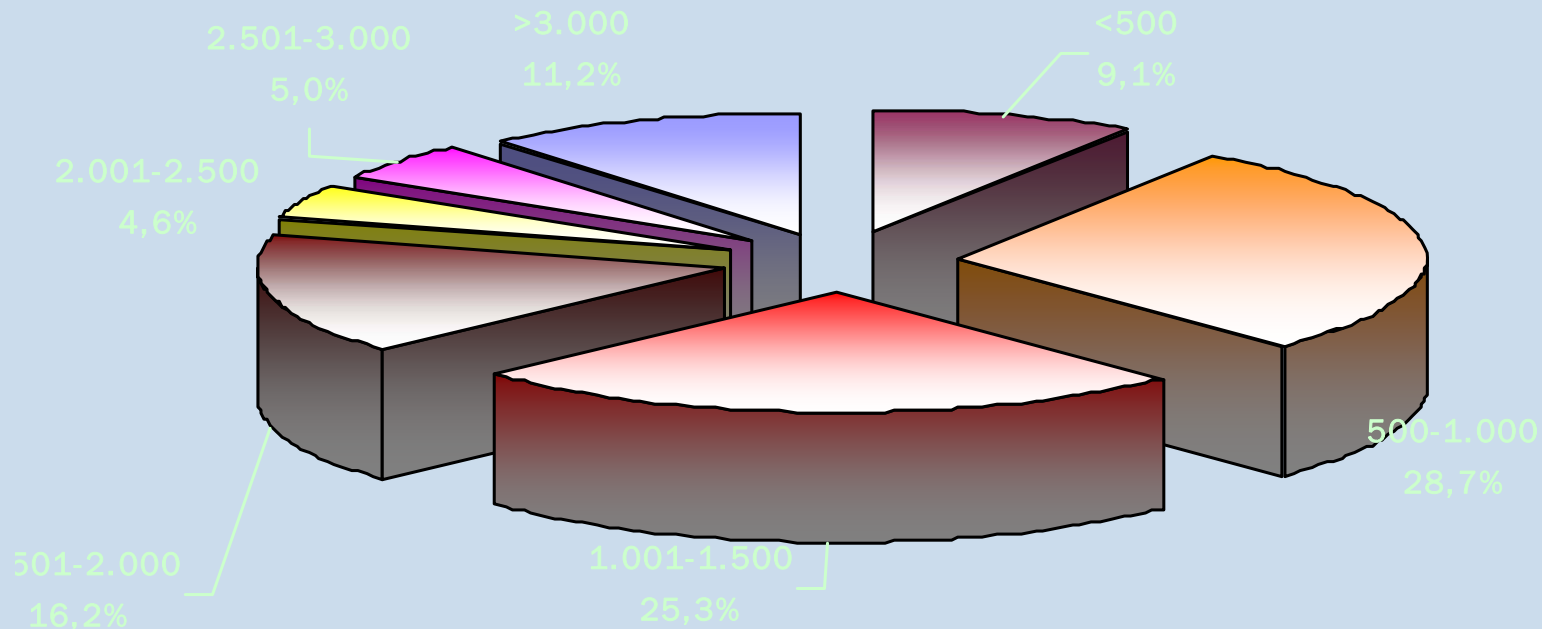


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Click to edit Master text styles

Οικογενειακό ετήσιο εισόδημα



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- ❖ Η αξία της κατανάλωσης επίπλων στην κυπριακή αγορά εμφανίζει μια σταθερά ανοδική πορεία κατά τη 10ετία 1996-2005, ενώ αντίθετα η παραγωγή κυπριακού επίπλου διατηρείται σε σταθερά επίπεδα για το ίδιο χρονικό διάστημα.
- ❖ Οι προοπτικές της φαινόμενης κατανάλωσης για την 7ετία 2007-2013 προβλέπεται να διατηρήσει την ίδια ανοδική πορεία και να φθάνει στα επίπεδα των 240 εκατ. € περίπου εμφανίζοντας μια μεταβολή 40,6% για την περίοδο 2000-2007 και 115,3% για την περίοδο 1996-2013.
- ❖ Ο δείκτης εισαγωγών προς την κατανάλωση προβλέπεται να αυξηθεί κατά 33,4% κατά την περίοδο 2000-2007 και 214,8% για την περίοδο 1996-2013.
- ❖ Τα κυπριακά έπιπλα παρά την ελαφρά μείωση της παραγωγής τους κατά 2% για το διάστημα 1996-2013 εμφανίζουν σημαντικά πλεονεκτήματα ιδιαίτερα στην καλή σχέση ποιότητας / τιμής, γεγονός που μπορεί να «εκμεταλλευτεί» ώστε με κατάλληλο σχέδιο marketing να αναστραφεί η κατάσταση και φυσικά να αυξηθεί η εγχώρια παραγωγή επίπλων.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- ❖ Η έλλειψη εξειδικευμένων τεχνιτών και το υψηλό εργατικό κόστος που αποτελούν τις κυριότερες αδυναμίες της κυπριακής παραγωγής μπορούν να αμβλυνθούν αξιοποιώντας περισσότερο την τεχνολογία (μηχανές CNC, νέα υλικά, καλύτερη οργάνωση της παραγωγής, κλπ) ώστε να αυξηθεί η παραγωγικότητά τους.
- ❖ Οι επενδύσεις σε προσλήψεις στελεχών – σχεδιαστών επίπλου που πλέον σπουδάζουν στην Ελλάδα τα τελευταία 7 χρόνια μπορούν να δημιουργήσουν το επώνυμο κυπριακό έπιπλο και να δώσουν μια νέα διάσταση στο έπιπλο αυτό.
- ❖ Η αγορά των αραβικών χωρών προβλέπεται στο εγγύς μέλλον να είναι το μεγάλο βήμα εξωστρέφειας των επιχειρηματιών παραγωγής επίπλου και ξυλουργικών εργασιών της Κύπρου.
- ❖ Οι Κύπριοι καταναλωτές έχουν εμπιστευτεί πολύ στο παρελθόν τα κυπριακά έπιπλα & τις ξυλουργικές κατασκευές.
- ❖ Ως βασικότερος λόγος για το οποίο έχουν αγοράσει στο παρελθόν κυπριακά έπιπλα ή ξυλουργικές κατασκευές στο παρελθόν αποτελεί η πληροφόρηση από τους ευχαριστημένους συγγενείς, φίλους ή γνωστούς τους. Δηλαδή αποδεικνύεται εμπράκτως ότι η **διαφήμιση «από στόμα σε στόμα»** φαίνεται να είναι η πιο αποτελεσματική μέθοδος αγοράς επίπλων και ξυλουργικών κατασκευών για τους Κύπριους καταναλωτές.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- ❖ Ο Κύπριος καταναλωτής είναι ενημερωμένος και αποφασίζει να αγοράσει έπιπλα με βάση την προσωπική του έρευνα αγοράς, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό φαίνεται να επιλέγει έπιπλα ή ξυλουργικές κατασκευές με βάση τις διαφημίσεις είτε σε TV, είτε στο ραδιόφωνο, είτε στα περιοδικά κλπ.
- ❖ Η μεγάλη πλειοψηφία των καταναλωτών έχουν θετική έως πολύ θετική γνώμη για τα κυπριακά έπιπλα.
- ❖ Η **σχεδίαση**, η **ποιότητα** και το **φινίρισμα** των εισαγόμενων επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών φαίνεται να είναι τα ισχυρά τους στοιχεία, ενώ και η ποιότητα των παραγόμενων κυπριακών επίπλων, οι σχετικά προσιτές τιμές και η άμεση εξυπηρέτηση αναδεικνύονται ως τα δυνατά σημεία της εγχώριας παραγωγής.
- ❖ Οι Κύπριοι καταναλωτές θεωρούν ότι οι κυπριακές επιχειρήσεις επίπλου και ξυλουργικών κατασκευών θα πρέπει να επενδύσουν στη μείωση των τιμών των κυπριακών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών, στην **πρωτότυπη σχεδίαση**, στην **καλύτερη ποιότητα**, σε **διαφημιστικές εκστρατείες**, στην **καινοτομία**, στην **καλύτερη εξυπηρέτηση** και στην **προμήθεια τεχνολογικού εξοπλισμού** ώστε να γίνουν περισσότερο **ανταγωνιστικές**.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- ❖ Το μέσο ποσό που είναι διατεθειμένοι να δαπανήσουν οι κύπριοι καταναλωτές όταν αποφασίζουν να αγοράσουν έπιπλα ή ξυλουργικές κατασκευές ανέρχεται σε 3.670 ΛΚ.
- ❖ Οι περισσότεροι Κύπριοι καταναλωτές επηρεάζονται σε σημαντικό βαθμό από τις διαφημίσεις επίπλων γεγονός που θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά από τους επιχειρηματίες του κλάδου. Η **ποιότητα** των προϊόντων, **οι εγγυήσεις** που οι εταιρίες προσφέρουν, το **πρωτότυπο και λειτουργικό σχέδιο**, τα **χρώματα** και οι **χαμηλές τιμές** είναι τα στοιχεία των κυπριακών επίπλων που κυρίως προσέχουν οι καταναλωτές.
- ❖ Οι τέσσερις από τις βασικότερες αιτίες για τις οποίες κύπριοι καταναλωτές διέκοψαν τη συνεργασία τους με κάποιες κυπριακές επιχειρήσεις του κλάδου επίπλου & ξυλουργικών κατασκευών στο παρελθόν εντοπίζονται
 - **στην κακή εξυπηρέτηση,**
 - **στις υψηλές τιμές,**
 - **στο μεγάλο χρόνο παράδοσης, και**
 - **στα λάθη κατά την παραγγελία.**

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

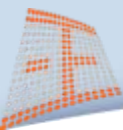
- ❖ Πάντως η μεγάλη πλειοψηφία των κυπρίων καταναλωτών θεωρεί ότι κλάδος των ξυλουργικών κατασκευών είναι ένας υγιής κλάδος που συμβάλει θετικά στην ανάπτυξη της κυπριακής οικονομίας γενικότερα.
- ❖ Αυτοί δείχνουν και ιδιαίτερο προσωπικό ενδιαφέρον για την επιβίωση και ανάπτυξη του κλάδου των κυπριακών ξυλουργικών κατασκευών στη σημερινή έντονα ανταγωνιστική αγορά κυρίως με τα εισαγόμενα προϊόντα επίπλων και θα εξακολουθήσουν να δείχνουν την προτίμησή τους στα κυπριακά παραγόμενα προϊόντα.
- ❖ Τέλος όσον αφορά τις κυπριακές κουζίνες, τα χαρακτηριστικά
 - της αντοχής τους κάτω από συνθήκες συνεχούς χρήσης,
 - της εγγύησης και το service μετά την αγορά,
 - της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών στο κατάστημα,
 - του χρόνου παράδοσης,
 - της διάρκειας εγκατάστασης της κουζίνας στον χώρο και
 - της καλής τιμής
 - είναι οι πέντε (5) από τους βασικότερους παράγοντες που οι κύπριοι καταναλωτές δίνουν μεγαλύτερη σημασία κατά την προμήθεια επίπλων κουζίνας που καλύπτουν σε μεγάλο βαθμό τις απαιτήσεις των καταναλωτών, έχουν όμως περιθώρια βελτίωσης.

LOGO



Click to edit Master text styles

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΑΣ





❖ How do I incorporate my logo to a slide that will apply to all the other slides?

- On the [View] menu, point to [Master], and then click [Slide Master] or [Notes Master]. Change images to the one you like, then it will apply to all the other slides.

LOGO

Diagram

Click to edit Master text styles



Title

Add your text

ThemeGallery

is a Design Digital
Content & Contents
mall developed by
Guild Design Inc.

ThemeGallery

is a Design Digital
Content & Contents
mall developed by
Guild Design Inc.

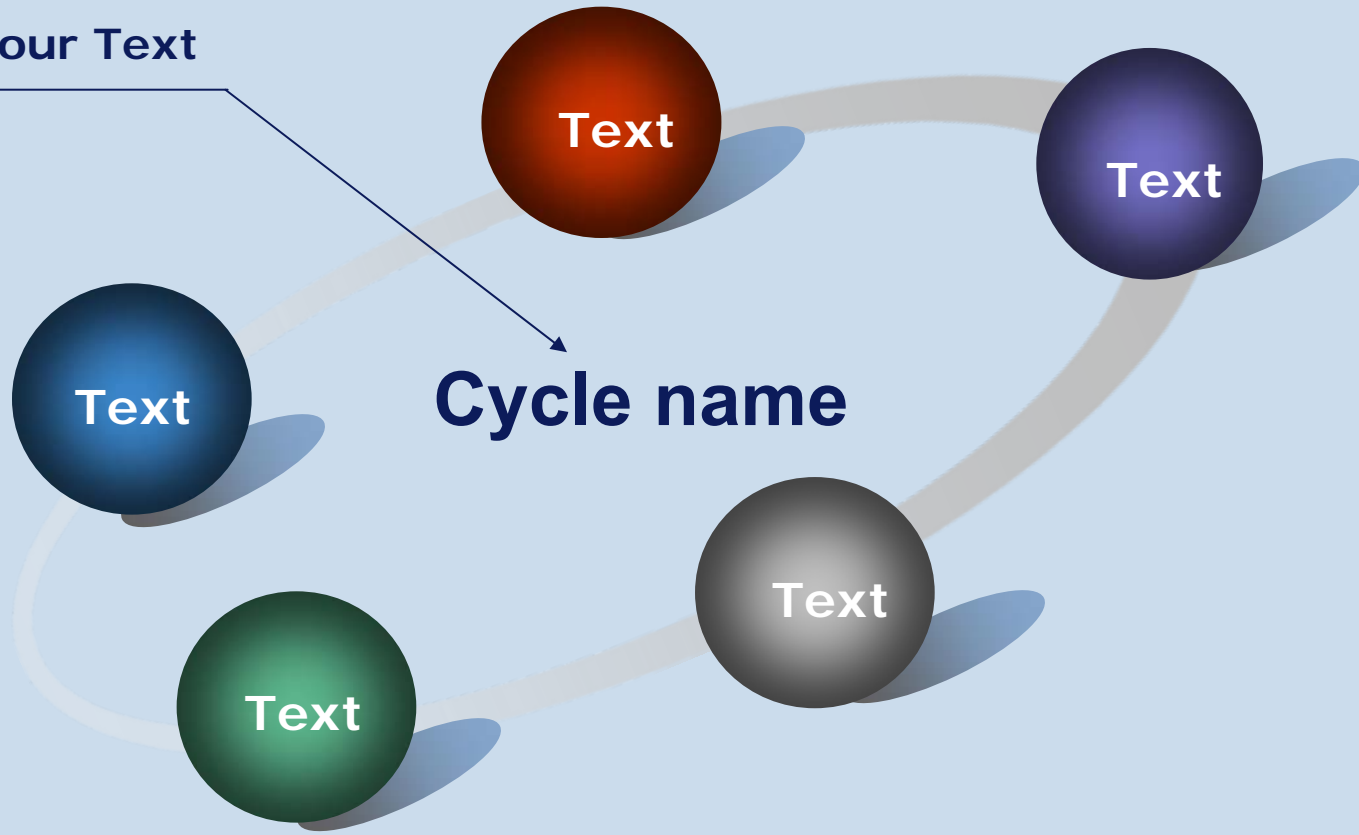
LOGO

Cycle Diagram

Click to edit Master text styles



Add Your Text

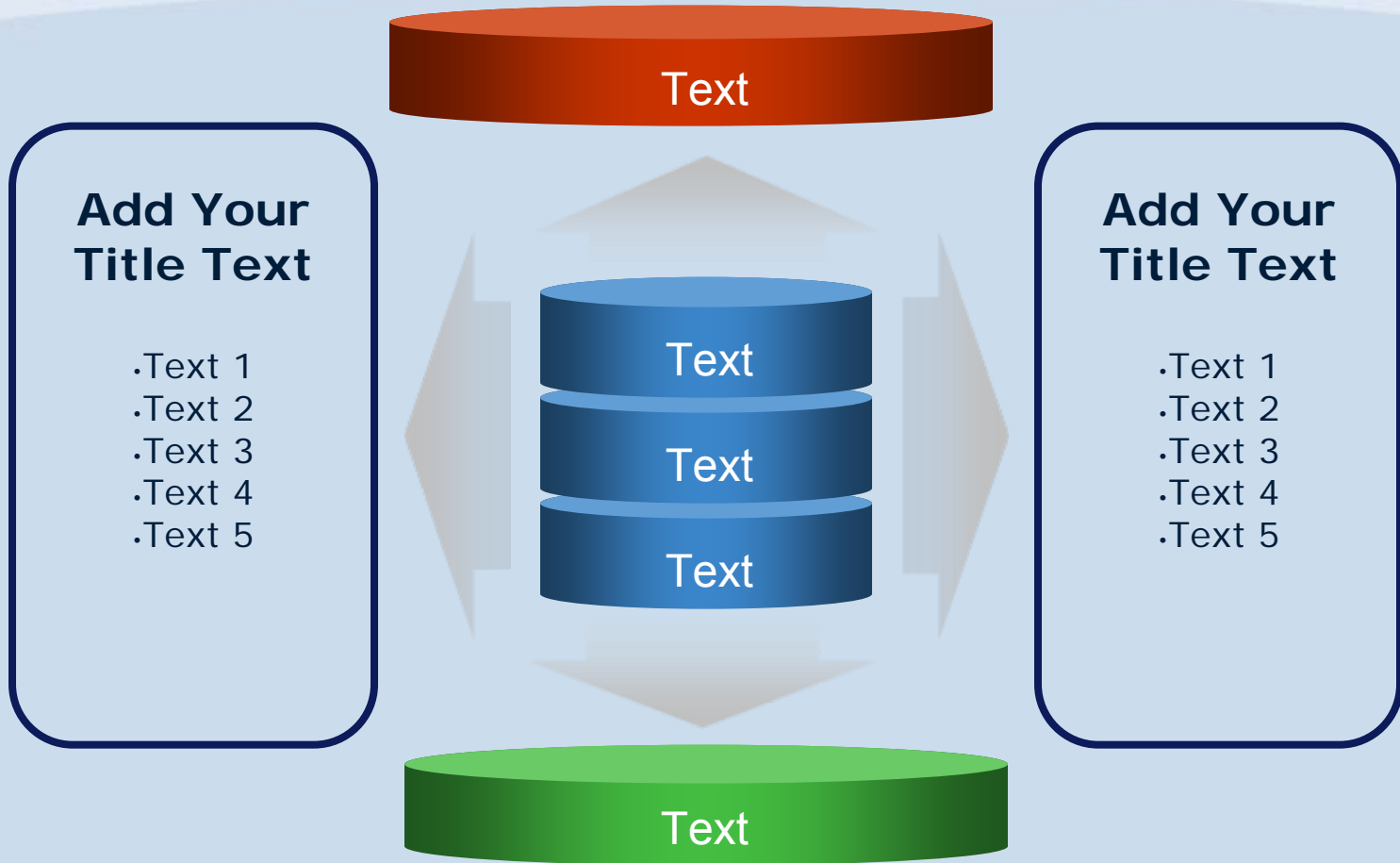


LOGO

Diagram



Click to edit Master text styles



LOGO

Diagram



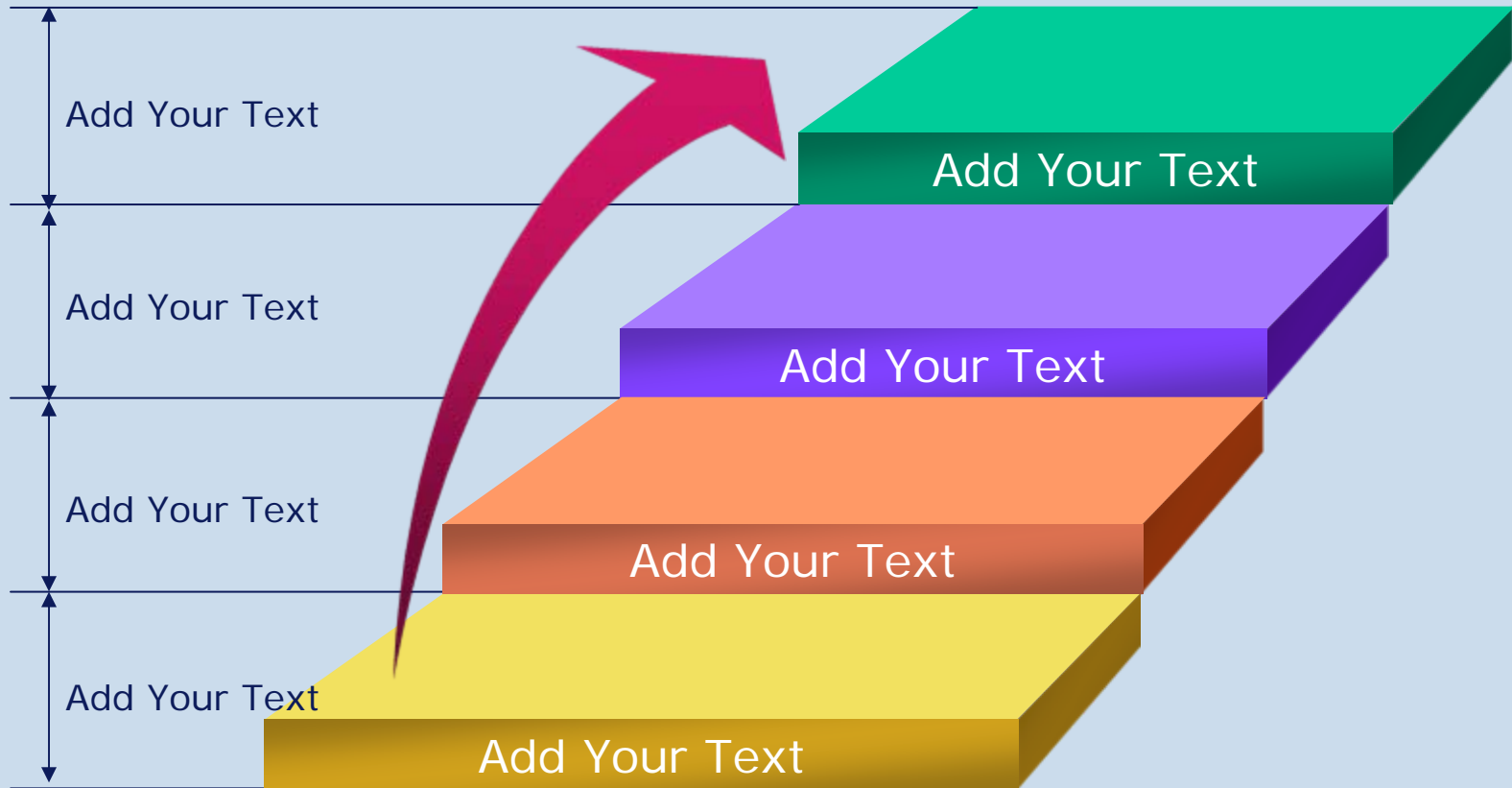
Click to edit Master text styles



LOGO

Diagram

Click to edit Master text styles



LOGO

Diagram

Click to edit Master text styles



Add Your Text

Add Your Text

Add Your Text

**Add Your
Title**

LOGO

Diagram

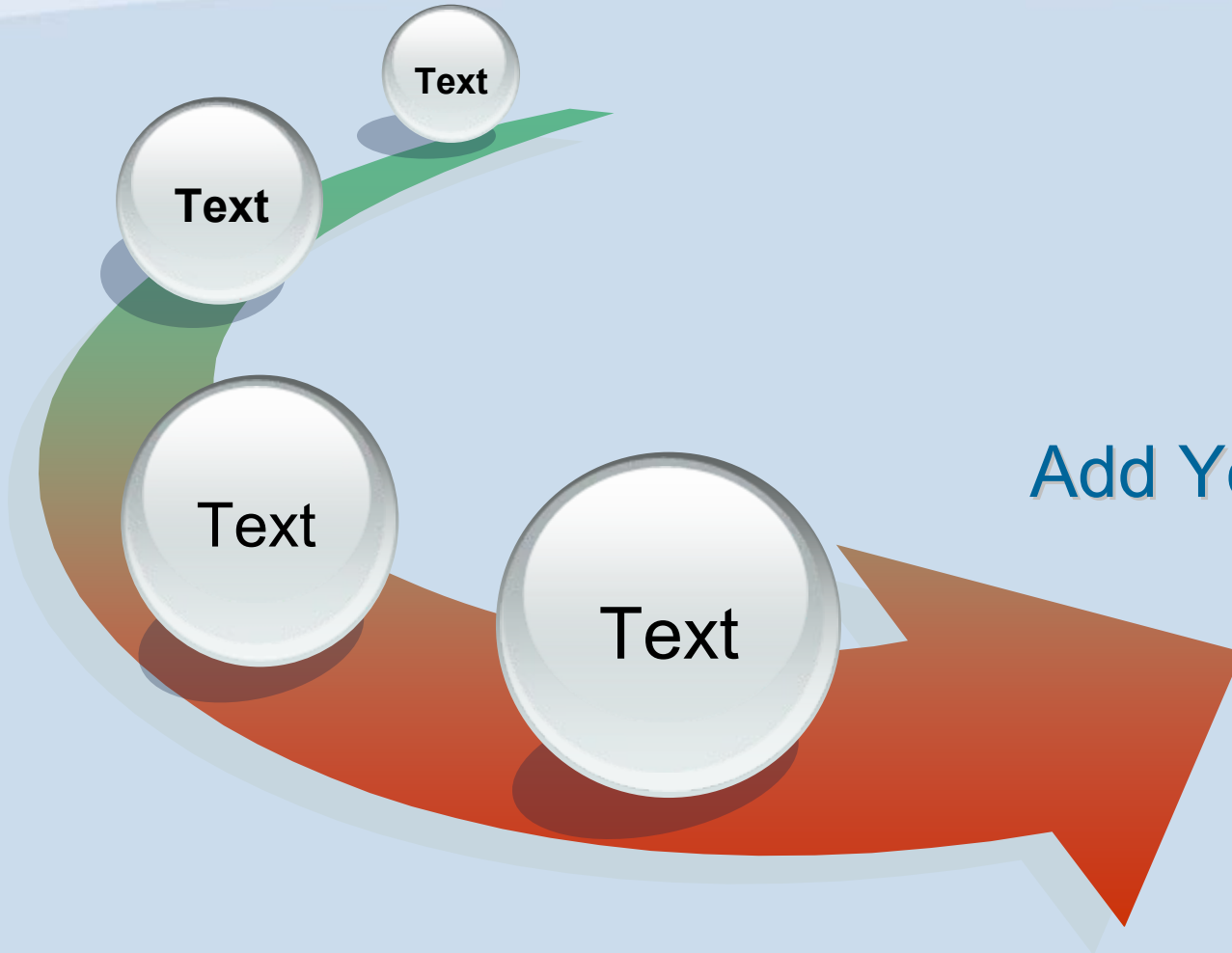
Click to edit Master text styles



LOGO

Diagram

Click to edit Master text styles

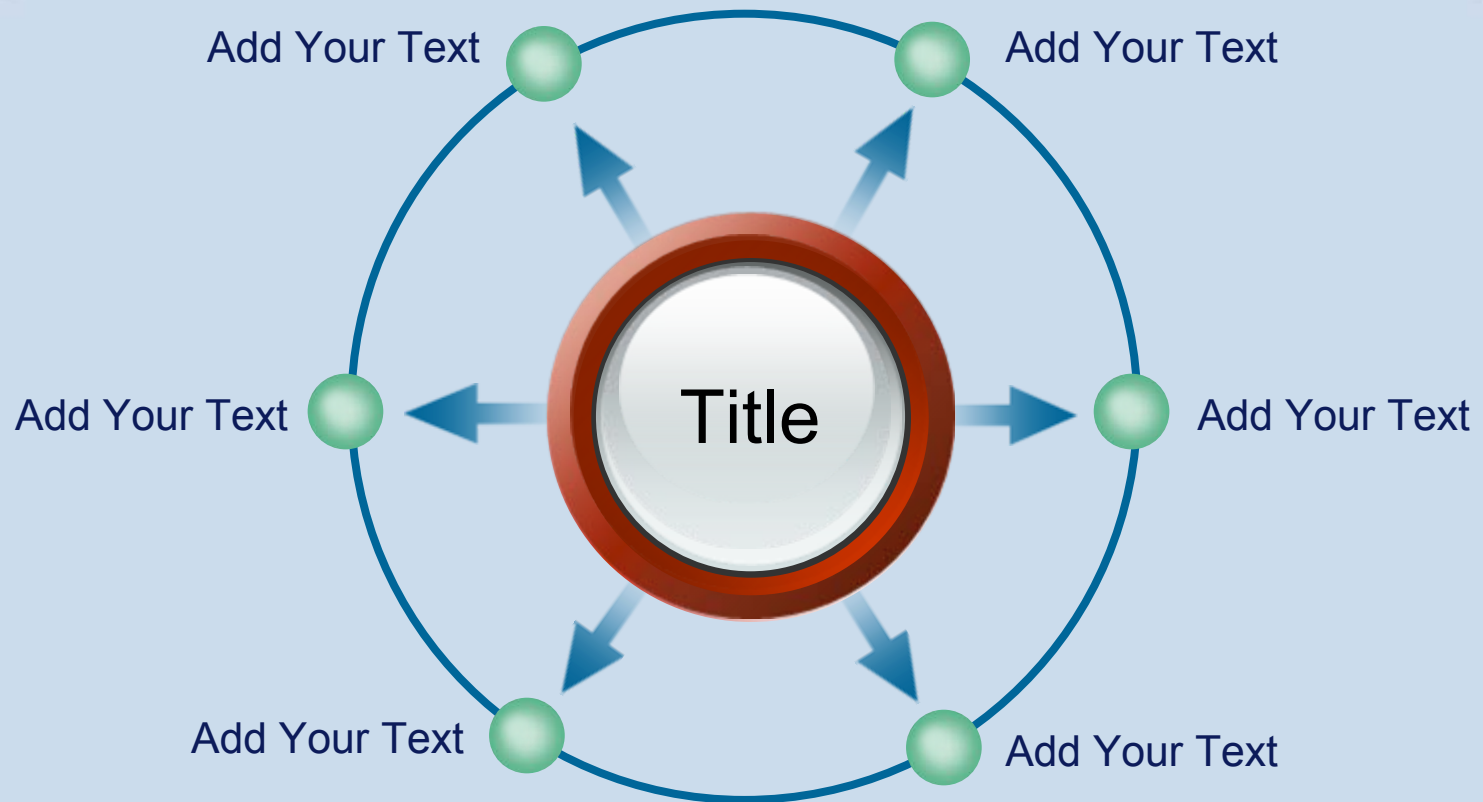


Add Your Title

LOGO

Diagram

Click to edit Master text styles



LOGO

Diagram



Click to edit Master text styles

1

ThemeGallery is a Design Digital Content & Contents mall developed by Guild Design Inc.

2

ThemeGallery is a Design Digital Content & Contents mall developed by Guild Design Inc.

3

ThemeGallery is a Design Digital Content & Contents mall developed by Guild Design Inc.

LOGO

Diagram



Click to edit Master text styles

2001 → 2002 → 2003 → **2004**



LOGO

Progress Diagram

Click to edit Master text styles



Phase 1

Phase 2

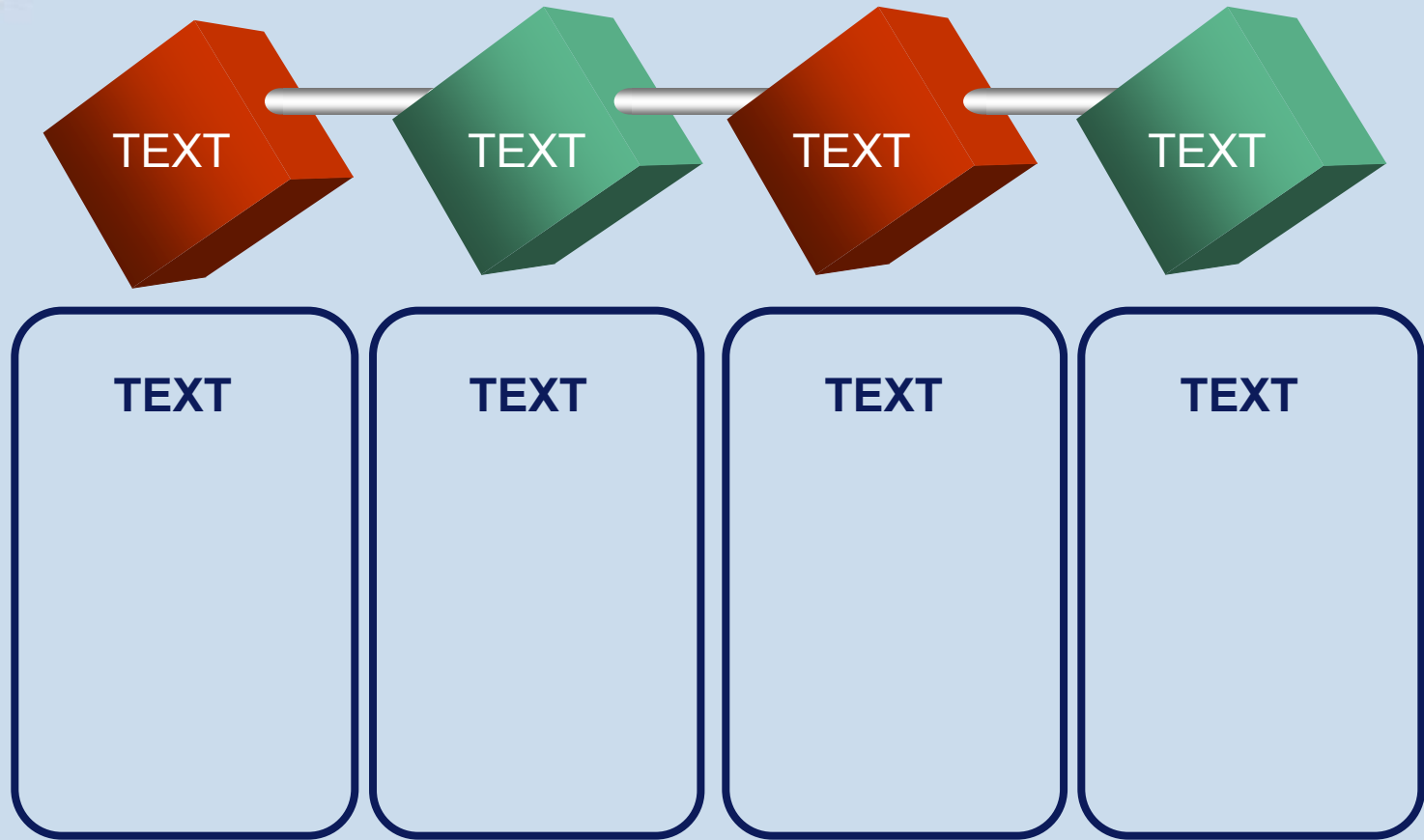
Phase 3



LOGO

Block Diagram

Click to edit Master text styles



LOGO

Table



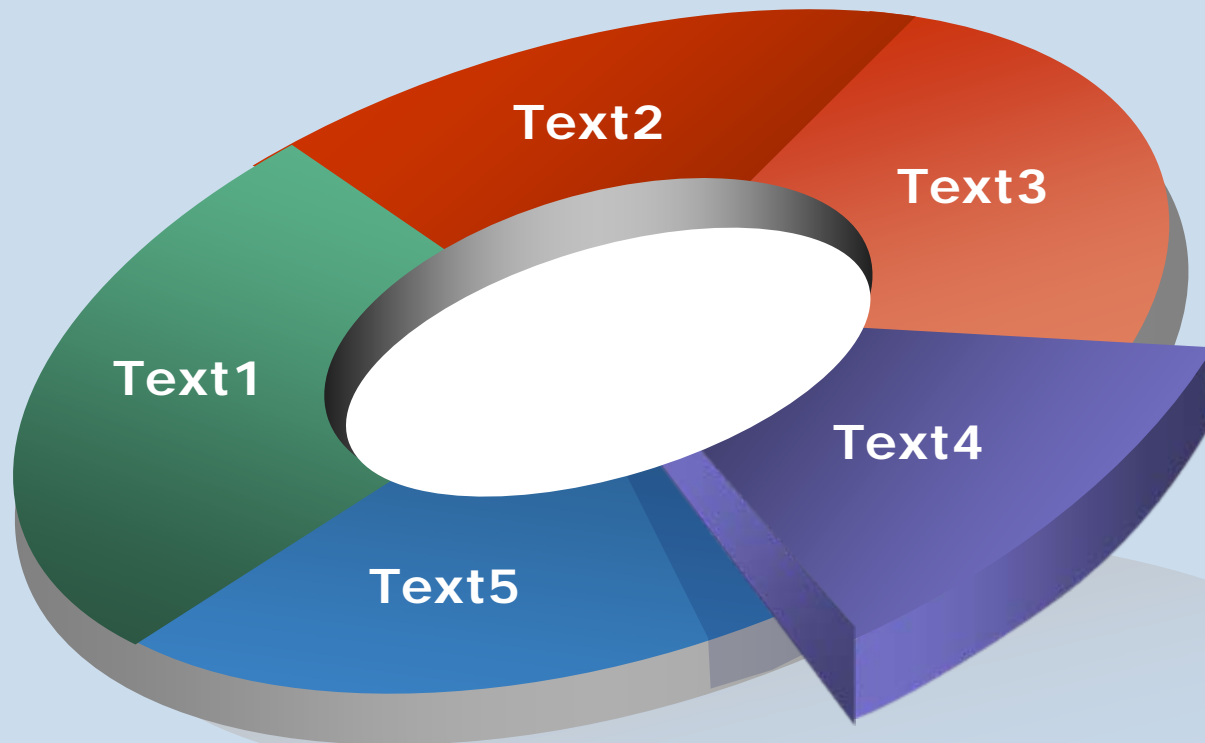
Click to edit Master text styles

	TEXT	TEXT	TEXT	TEXT	TEXT
Title A					
Title B					
Title C					
Title D					
Title E					
Title F					

LOGO

3-D Pie Chart

Click to edit Master text styles



LOGO

Marketing Diagram

Click to edit Master text styles



Add Your Text

Add Your Title here



Thank You !

Add your company slogan

LOGO