

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

«Η ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΞΥΛΟΥ – ΕΠΙΠΛΟΥ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΣΥΜΒΟΛΗΣ ΤΩΝ WPCs ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ»

**ΠΑΝΚΥΠΡΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΚΥΠΡΙΑΚΩΝ ΕΠΙΠΛΩΝ & ΞΥΛΟΥΡΓΙΚΩΝ
ΚΑΤΑΣΚΕΥΩΝ – ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ**

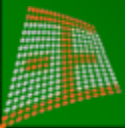
Δρ. Ιωάννης Παπαδόπουλος
Αν. Καθηγητής

Λευκωσία, Σάββατο 17 Νοεμβρίου 2007
Intercollege – Πανεπιστήμιο Λευκωσίας

email: papad@teilar.gr

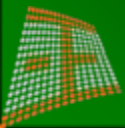
ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- 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.



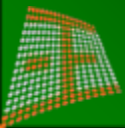
ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- 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.



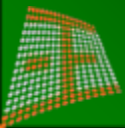
ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- 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
- το προφίλ των καταναλωτών της έρευνας.**



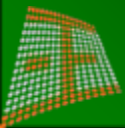
ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- 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.



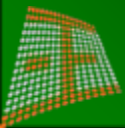
ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- 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

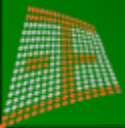
- Με ακρίβεια 95% καθορίστηκε το μέγεθος του δείγματος σε 576 άτομα σε όλη την Κύπρο.
- Συμπληρώθηκαν συνολικά πεντακόσια δέκα τέσσερα (514) ερωτηματολόγια από τους μόνιμους κατοίκους όλης της Κύπρου, ήτοι ποσοστό 89,2% από το αρχικά επιλεγμένο δείγμα.
- Η συγκέντρωση των στοιχείων έγινε το διάστημα 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

- Πίνακας 1 Παραγωγή, εισαγωγές, εξαγωγές και φαινόμενη κατανάλωση επίπλων στην Κυπριακή αγορά για την περίοδο 1996-2005 σε εκατ. €.

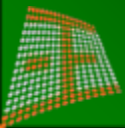
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Φαινόμενη κατανάλωση	111	109	112	121	133	141	144	164	174	182
Παραγωγή	97	94	88	87	91	91	89	100	93	94
Εισαγωγές	22	26	38	45	55	62	66	72	89	98
Εξαγωγές	9	12	13	11	13	12	11	8	8	10
Δείκτης Εισαγωγή/κατανάλωση	20.2	24.1	33.7	37.1	41.3	44.2	45.5	43.7	51.4	53.9



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

- Πίνακας 2 Κυριότερες χώρες εισαγωγής επίπλων στην Κυπριακή αγορά (2005).

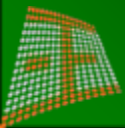
Χώρες	Ποσοστό %
Ιταλία	39
Κίνα	11
Ελλάδα	9
Μαλαισία	5
Ισπανία	5
Γερμανία	3
Βουλγαρία	3
Ηνωμένο Βασίλειο	2
Ινδονησία	2
Δανία	2



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

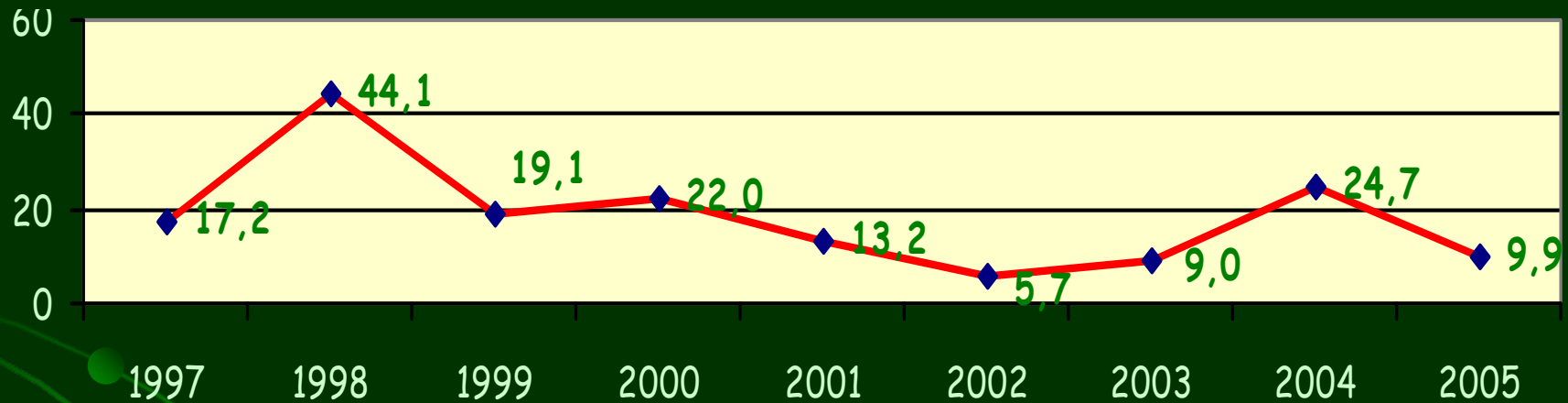
- Πίνακας 3 Τμηματοποίηση της κυπριακής αγοράς επίπλου σε παραγωγή και κατανάλωση κατά το έτος 2005 (σε ποσοστά %).

Τομέας	Παραγωγή	Κατανάλωση
Έπιπλα με ταπετσαρία	22%	17%
Έπιπλα κουζίνας	6%	8%
Έπιπλα γραφείου	25%	18%
Άλλα έπιπλα	47%	57%



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

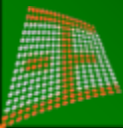
- Σχήμα 1 Ρυθμός αύξησης των εισαγωγών επίπλων στην Κυπριακή αγορά για την περίοδο 1997-2005.



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

- Πίνακας 4 Εισαγωγές επίπλων στην Κύπρο ανά προϊόν για την περίοδο 2000-2005.

Κατηγορίες επίπλων	Εκατομμύρια €						Μερίδιο %		Ετήσια μεταβολή %	
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000	2005	05/04	00-05
Επικαλυμμένα έπιπλα	7	7	9	9	10	11	12.8	11.1	7	9
Καθίσματα χωρίς ταπετσαρίες	8	10	9	9	9	10	14.0	9.9	2	5
Τμήματα από καθίσματα	0	0	0	0	0	1	0.8	0.7	32	7
Έπιπλα κουζίνας	3	3	3	5	6	8	5.0	7.9	36	23
Έπιπλα υπνοδωματίων	3	4	5	6	9	11	6.1	11.3	20	27
Έπιπλα γραφείων	6	7	7	7	9	9	10.3	9.4	-1	10
Έπιπλα για σαλόνια και καθιστικά	7	6	8	8	13	14	12.6	14.1	10	15
Άλλα έπιπλα	19	23	22	26	30	31	35.0	31.5	4	10
Μέρη επίπλων χωρίς να περιλαμβάνονται των καθισμάτων	2	2	2	2	3	4	3.4	4.3	57	18
ΣΥΝΟΛΟ	55	62	66	72	89	98	100.0	100.0	10	12



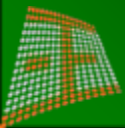
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

- 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

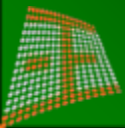
- Έτσι εξήχθησαν τα παρακάτω μοντέλα προβλέψεων:
- Για την κατανάλωση : $Y = 91.4 + 8.67 t$ με $R^2 = 0.96$
- Για τις εισαγωγές: $Y = 11.8 + 8.27 t$ με $R^2 = 0.985$
- Για την παραγωγή : $Y = 107.57 - 11.75t + 2.19t^2 - 0.115 t^3$
με $R^2 = 0.60$



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

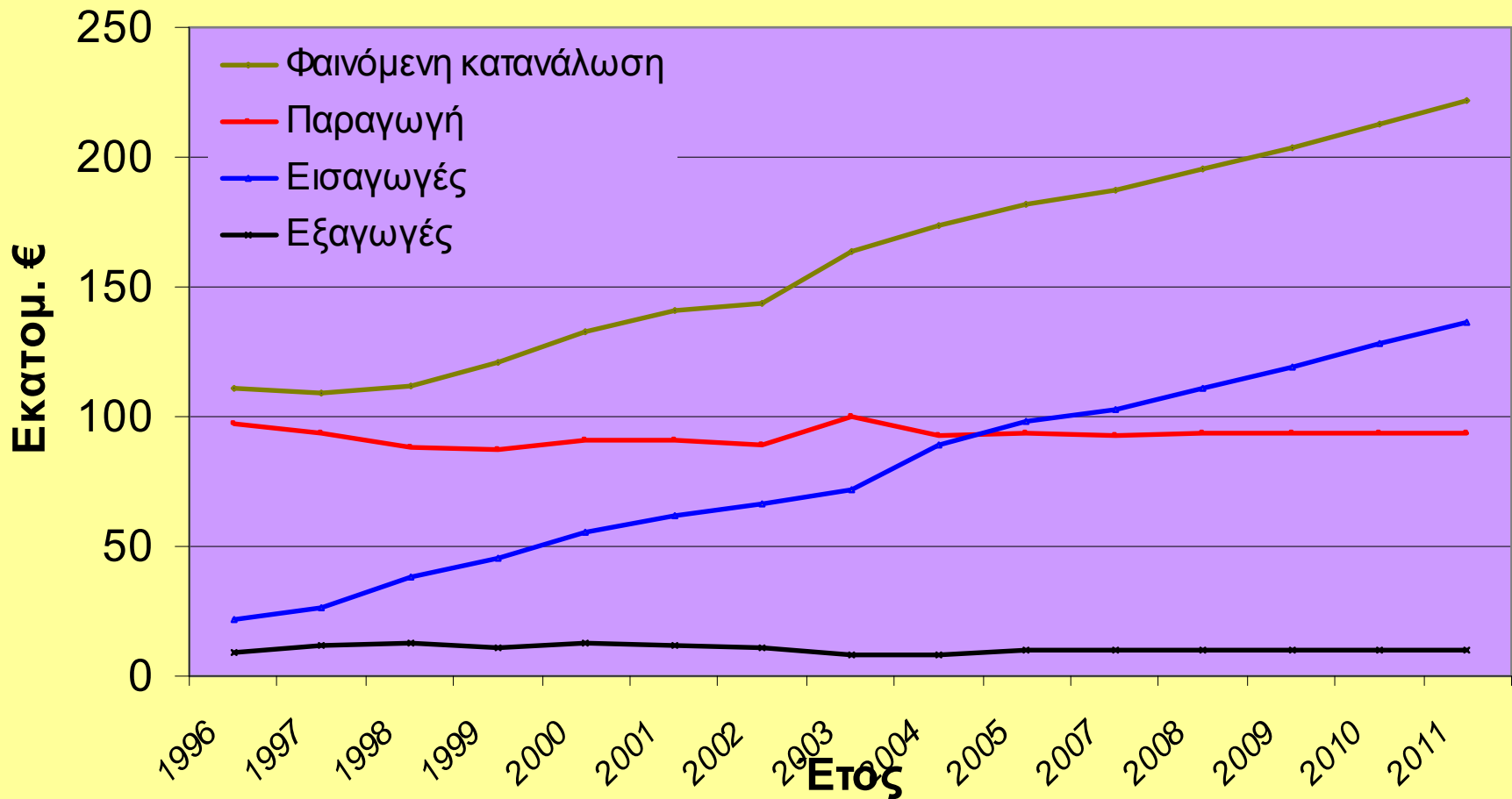
- Πίνακας 6. Προβλέψεις παραγωγής, εισαγωγών, και φαινόμενης κατανάλωσης επίπλων στην Κυπριακή αγορά για την περίοδο 2006-2013 σε εκατομμύρια €.

	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

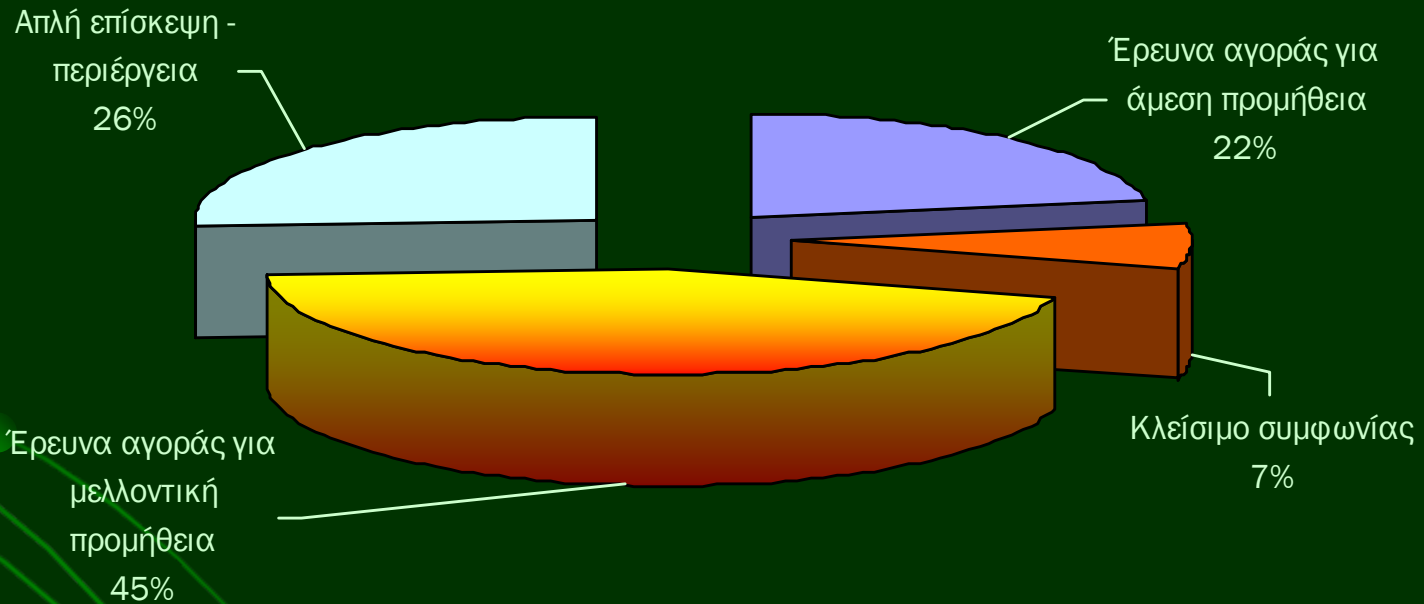
- Παραγωγή, εισαγωγές, εξαγωγές και φαινόμενη κατανάλωση επίπλων στην Κυπριακή αγορά για την περίοδο 1996-2011 σε εκατομμύρια €.



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

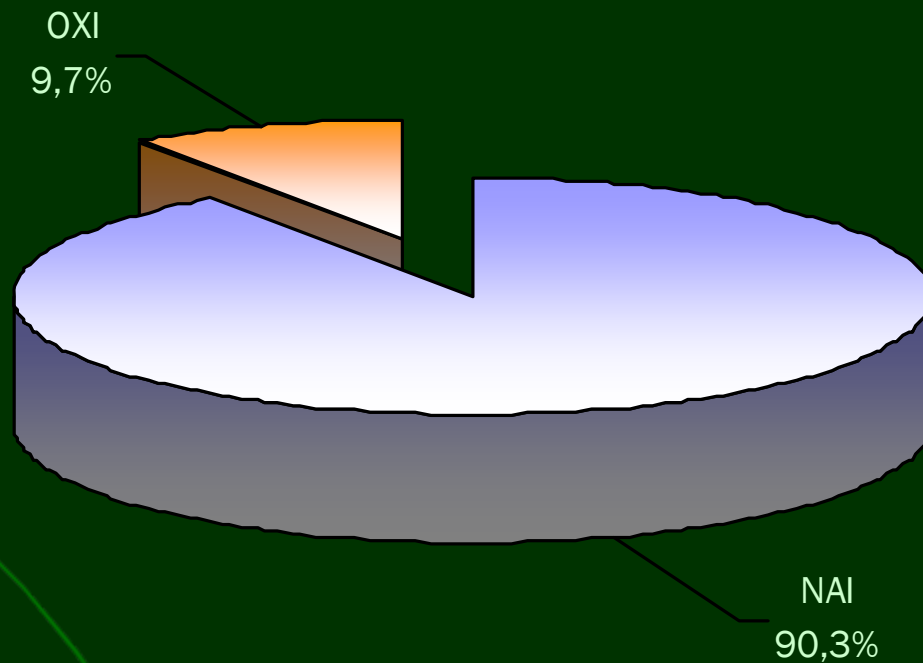
Σκοπός της επίσκεψης των καταναλωτών στην έκθεση



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

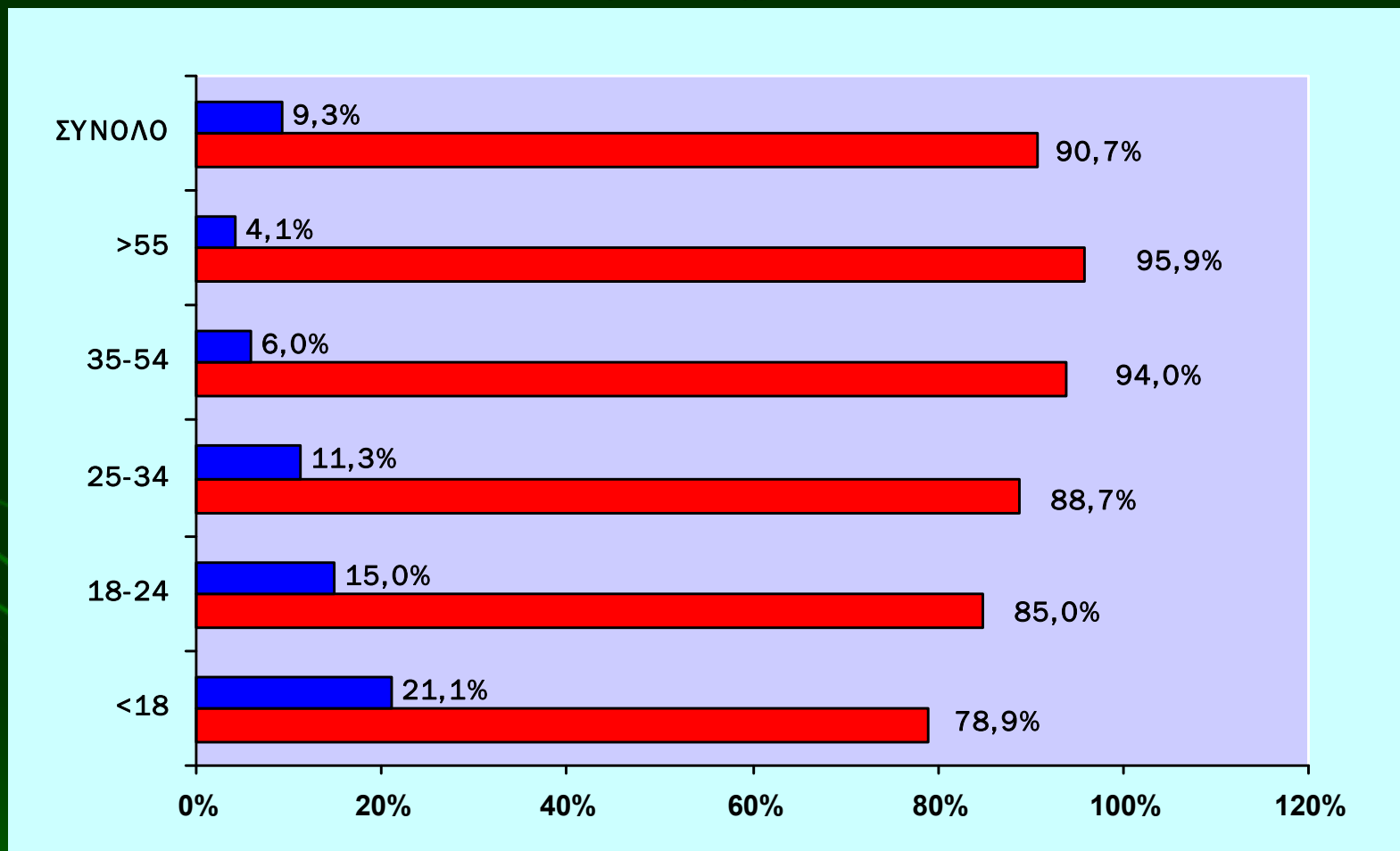
Αγορά κυπριακών επίπλων – ξυλουργικών κατασκευών στο παρελθόν



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

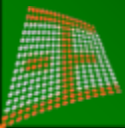
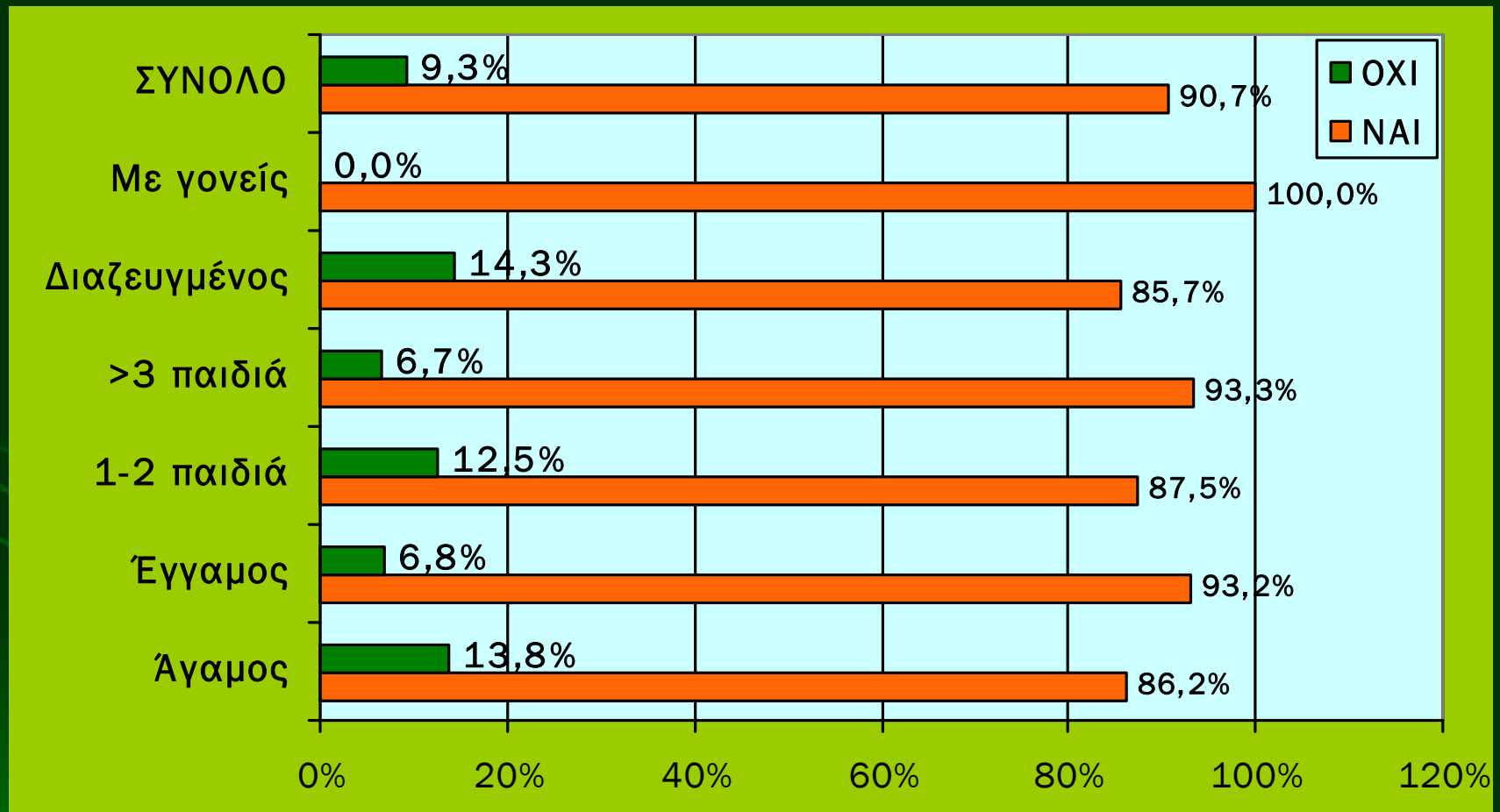
Σχέση μεταξύ ηλικίας και αγοράς στο παρελθόν κυπριακών επίπλων



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

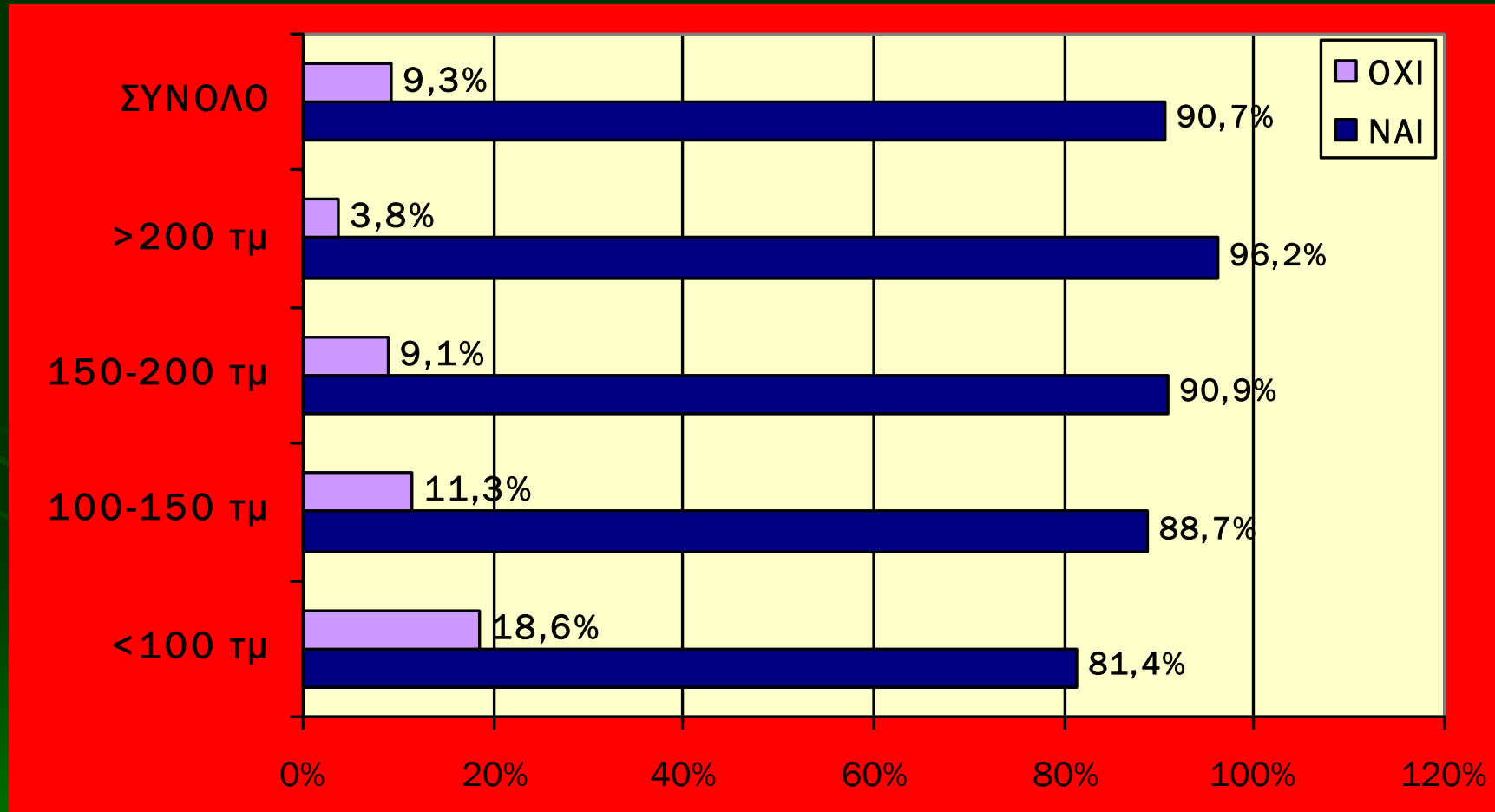
Σχέση μεταξύ οικογενειακής κατάστασης και αγοράς στο παρελθόν κυπριακών επίπλων



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

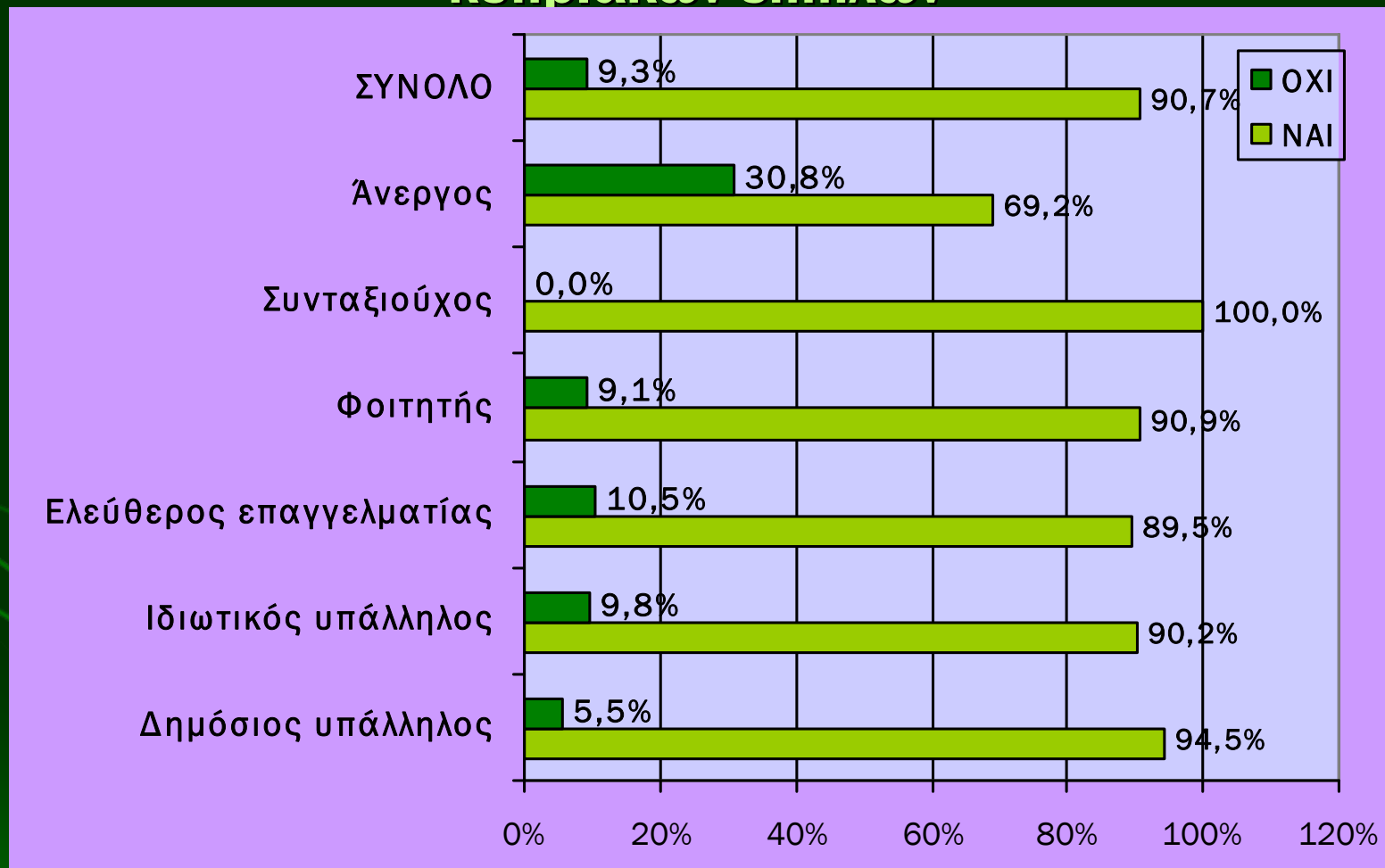
Σχέση μεταξύ επιφάνεια κατοικίας και αγοράς στο παρελθόν κυπριακών επίπλων



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

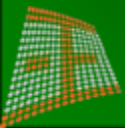
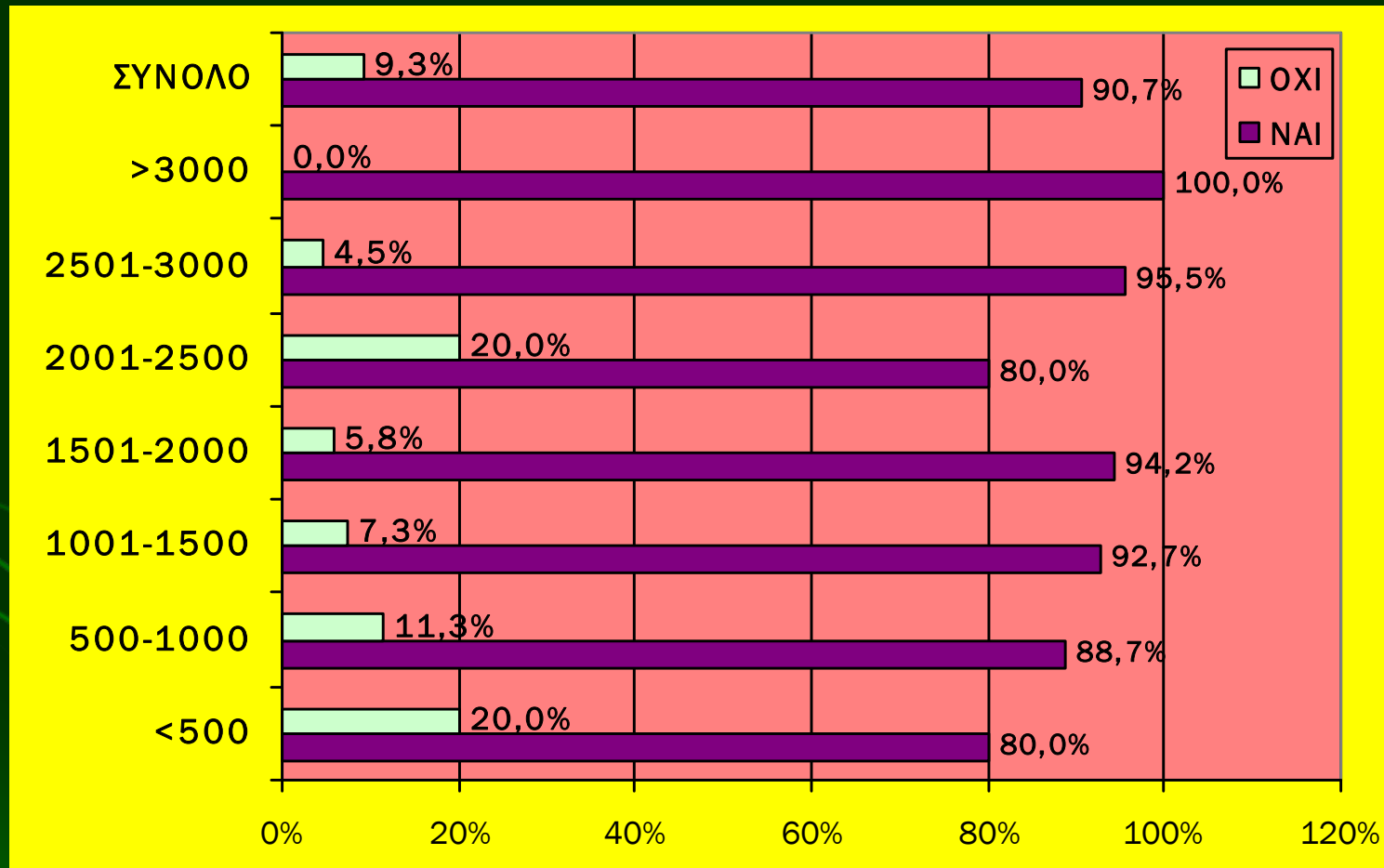
Σχέση μεταξύ επαγγέλματος και αγοράς στο παρελθόν ΚΥΠΡΙΑΚΩΝ ΕΠΙΠΛΩΝ



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Σχέση μεταξύ οικογενειακού εισοδήματος και αγοράς στο παρελθόν κυπριακών επίπλων

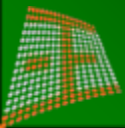


ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

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

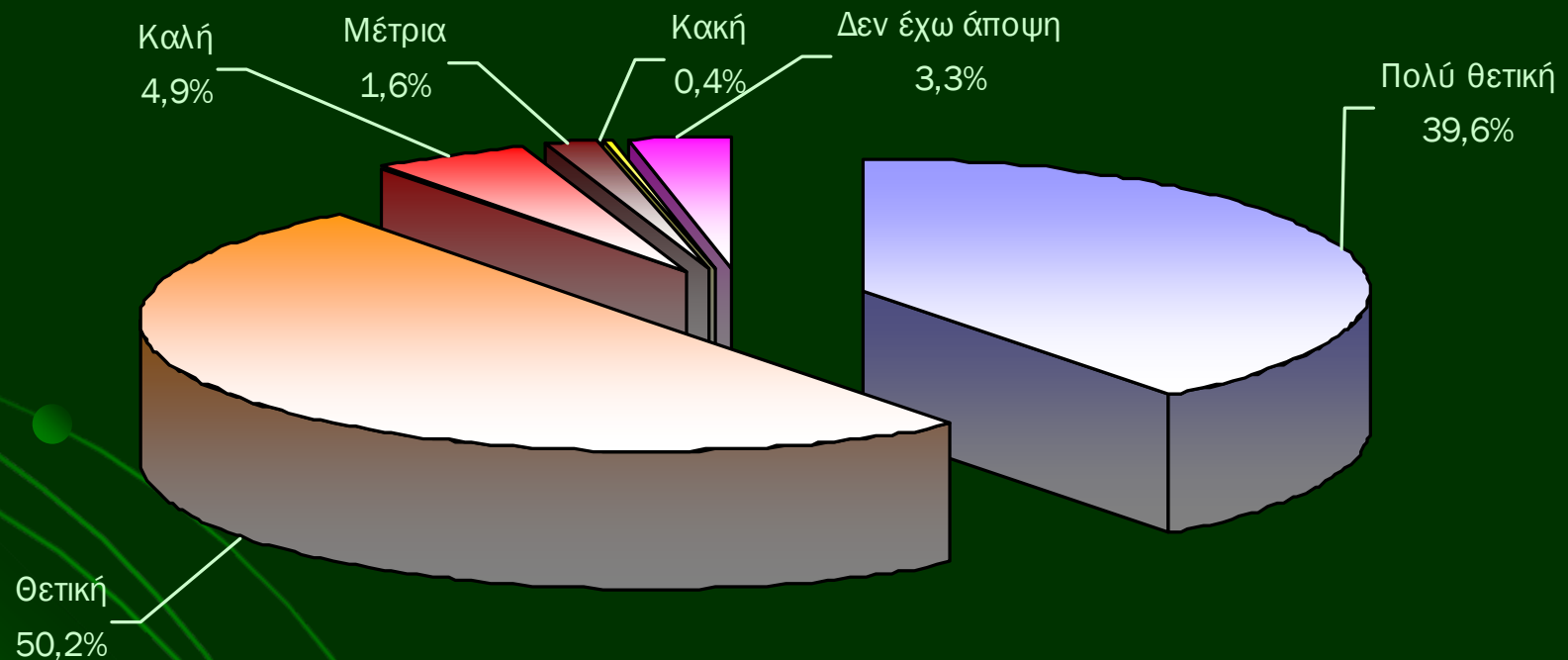
Αιτίες	Ποσοστό %
Από συγγενείς, φίλους και γνωστούς που είχαν ήδη αγοράσει και έμειναν ευχαριστημένοι	42,0
Από έρευνα αγοράς που πραγματοποίησα εγώ προσωπικά	20,8
Από διαφήμιση σε TV, ραδιόφωνο, περιοδικά κλπ	15,4
Τυχαία	9,1
Γιατί είναι φίλος μου ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης	7,4
Γιατί είναι συγγενής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

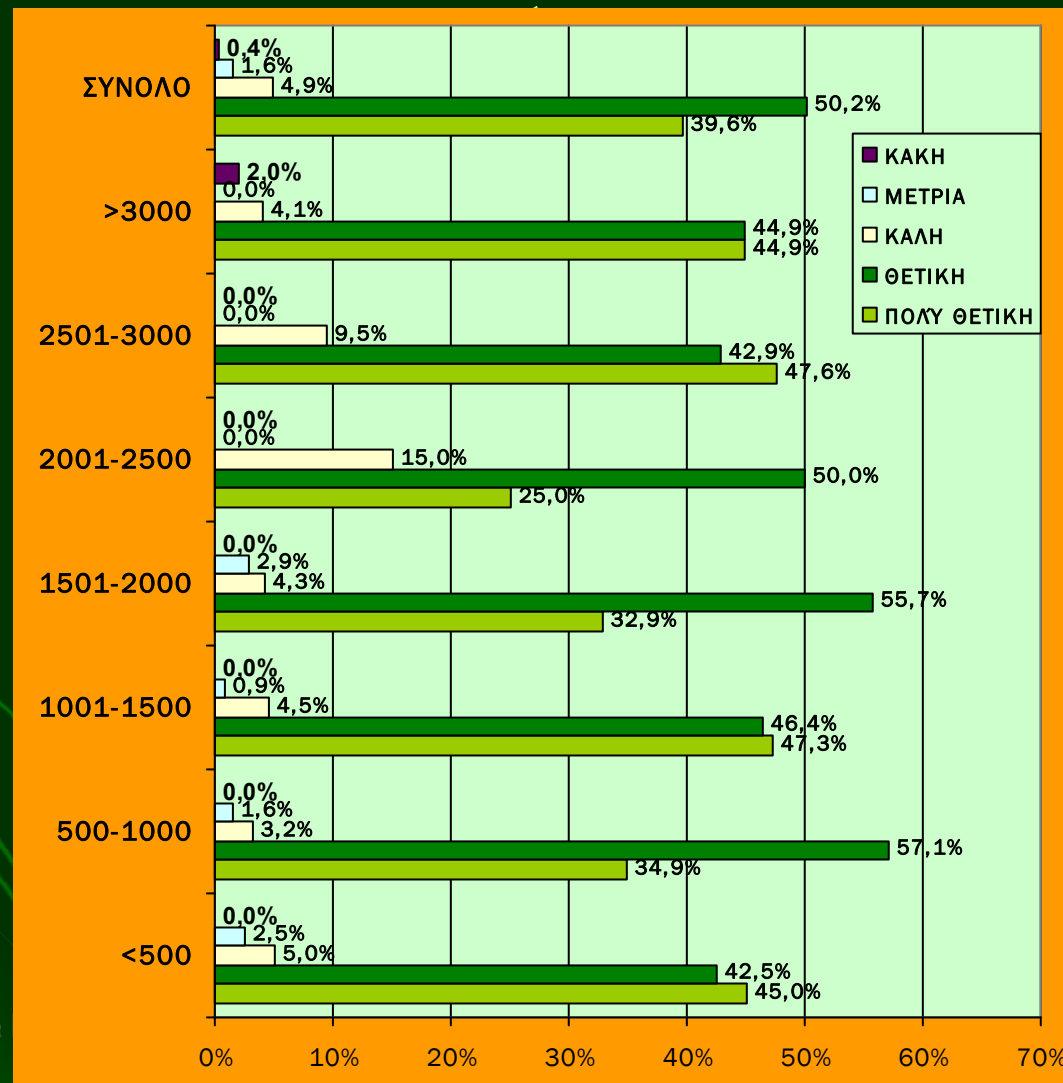
Γνώμη Κυπρίων για τα κυπριακή αγορά επίπλων και ξυλουργικών κατασκευών



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

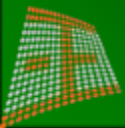
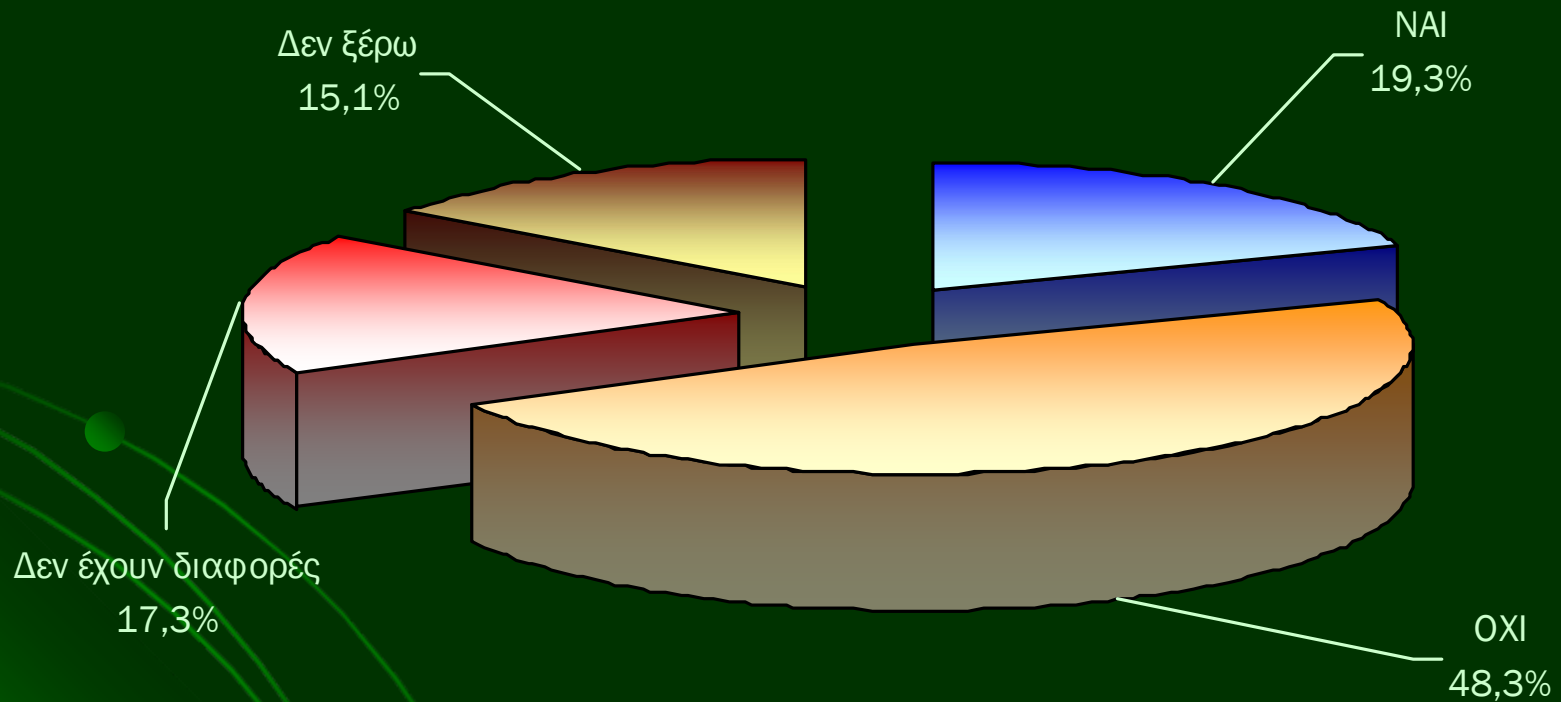
Η γνώμη των Κυπρίων για τα κυπριακή αγορά επίπλων και ξυλουργικών κατασκευών σε σχέση με το οικογενειακό τους



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

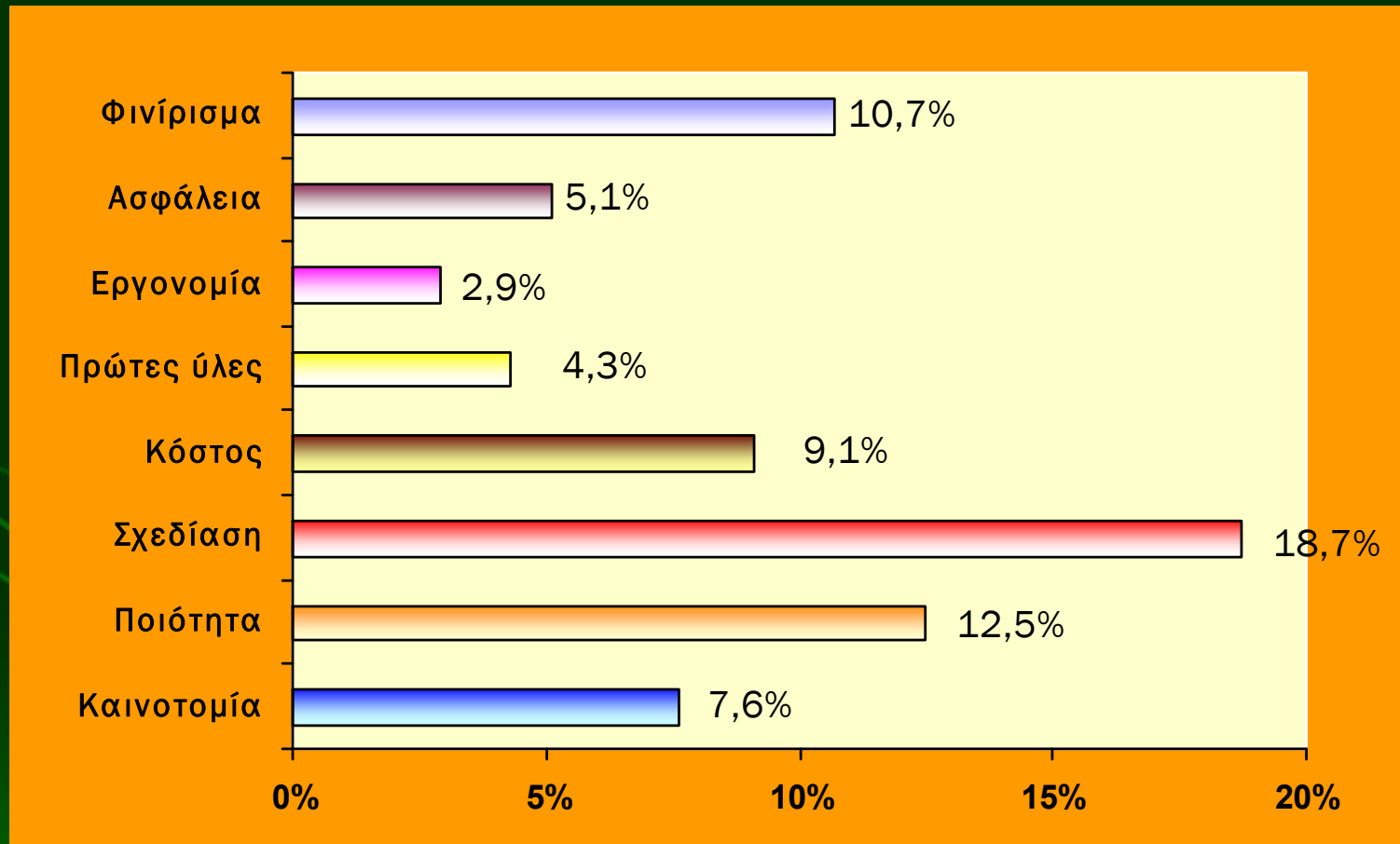
Πλεονεκτούν τα εισαγόμενα έπιπλα και οι ξυλουργικές κατασκευές σε σχέση με αυτά της κυπριακής αγοράς;



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

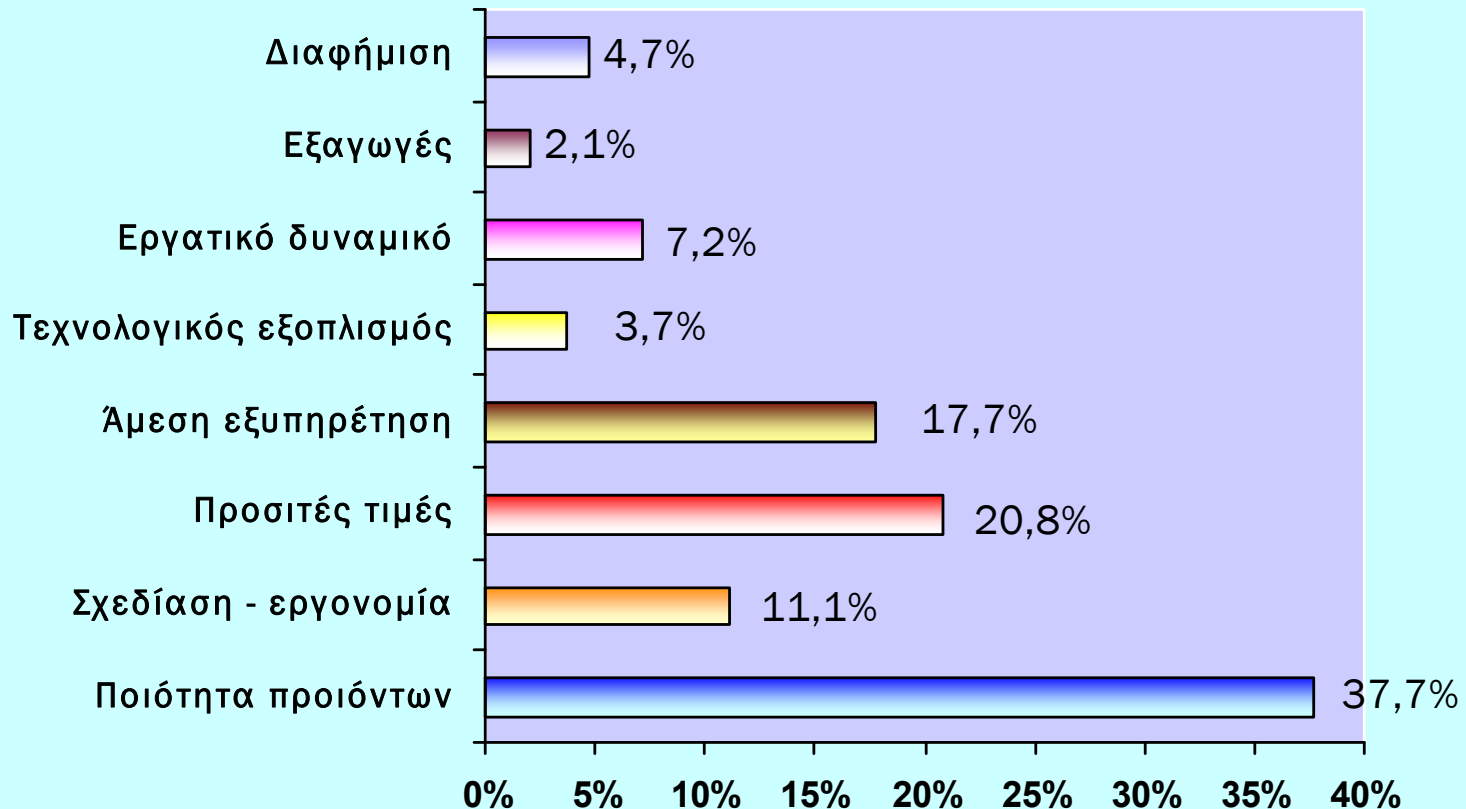
Πλεονεκτήματα εισαγόμενων επίπλων και ξυλουργικών κατασκευών



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

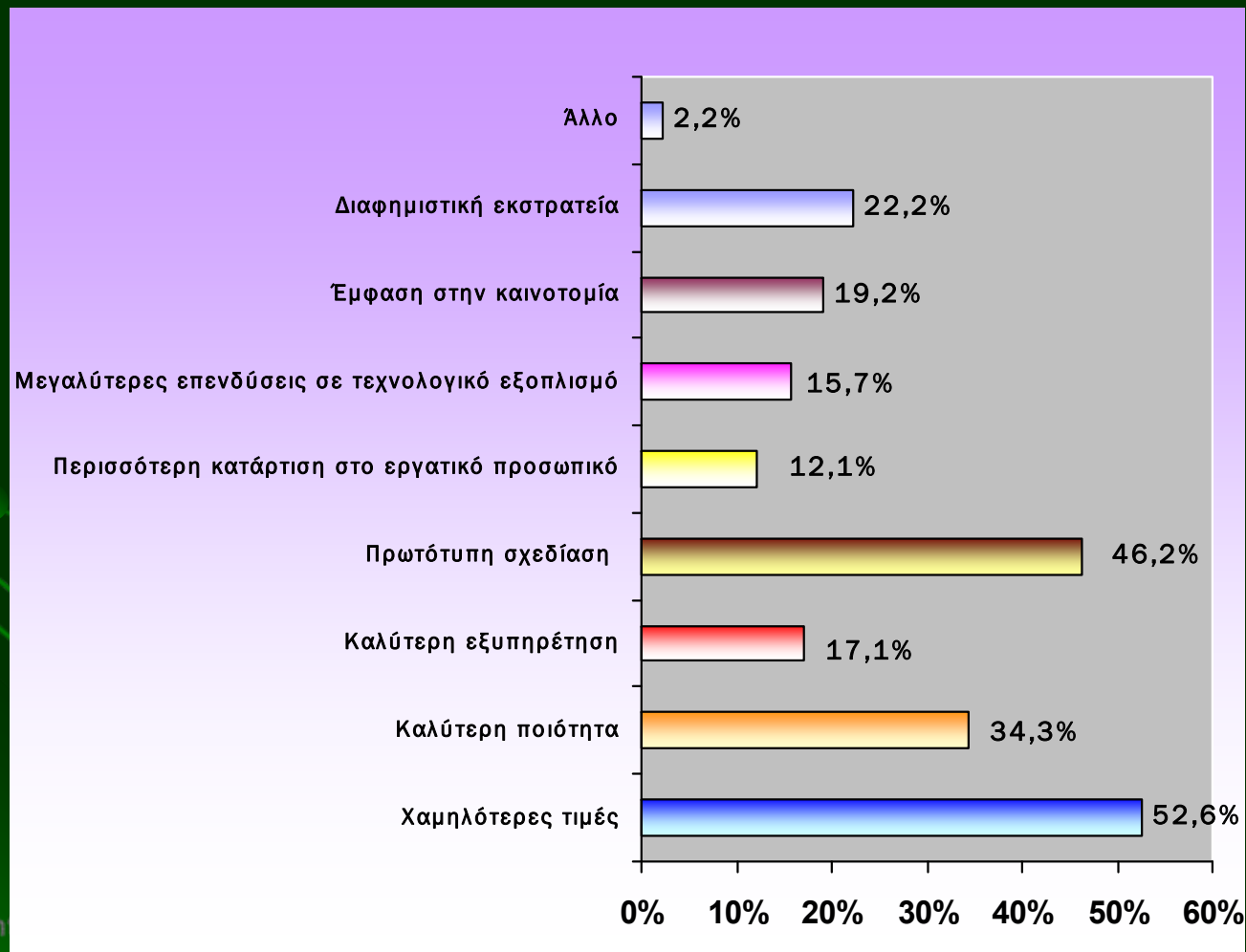
Σε ποια σημεία υπερτερούν τα κυπριακά έπιπλα και οι ξυλουργικές κατασκευές σε σχέση με τα εισαγόμενα



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

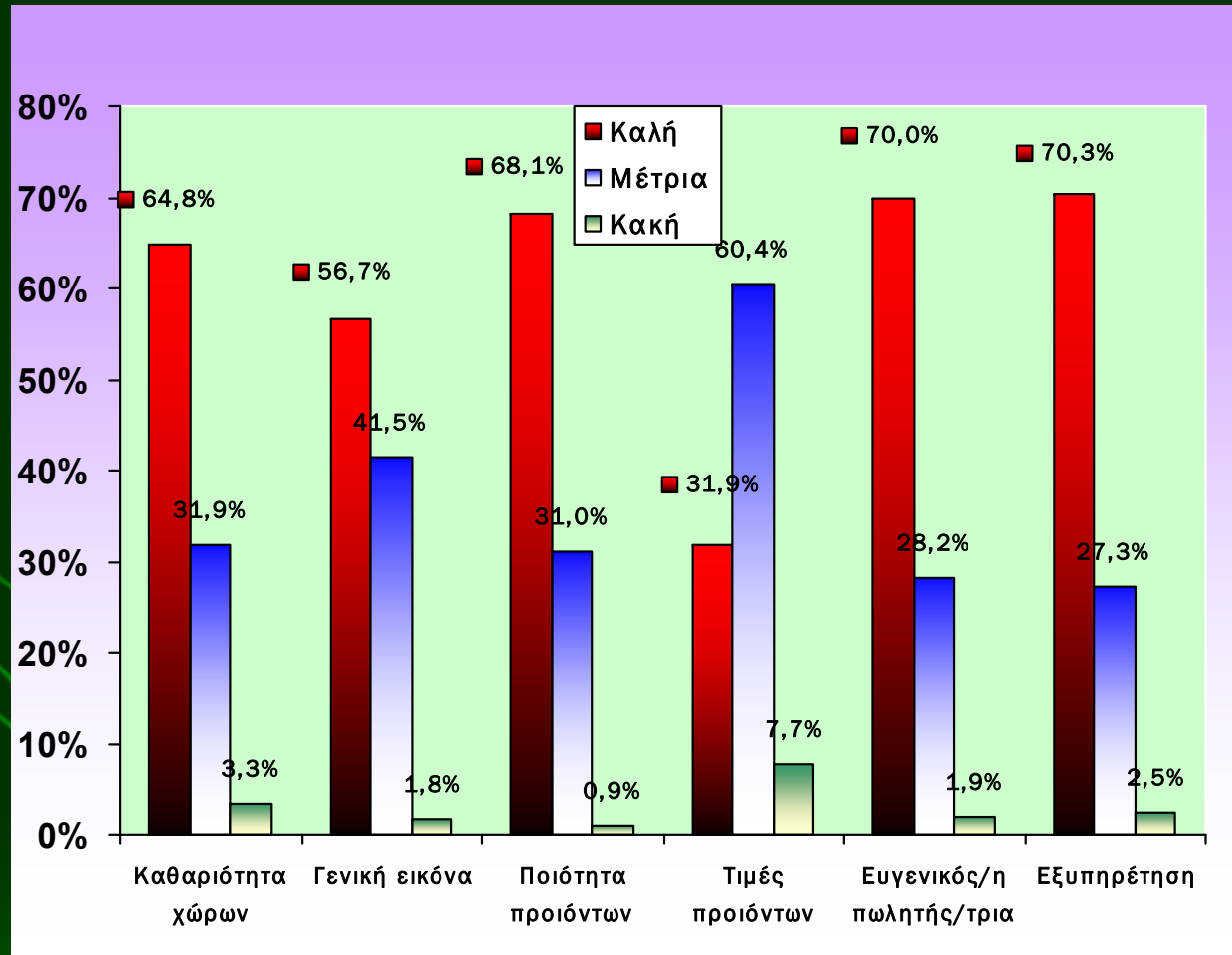
Σε τι θα πρέπει να επενδύσει ο κυπριακός κλάδος επίπλου & ξυλουργικών κατασκευών για να γίνει πιο ανταγωνιστικός



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

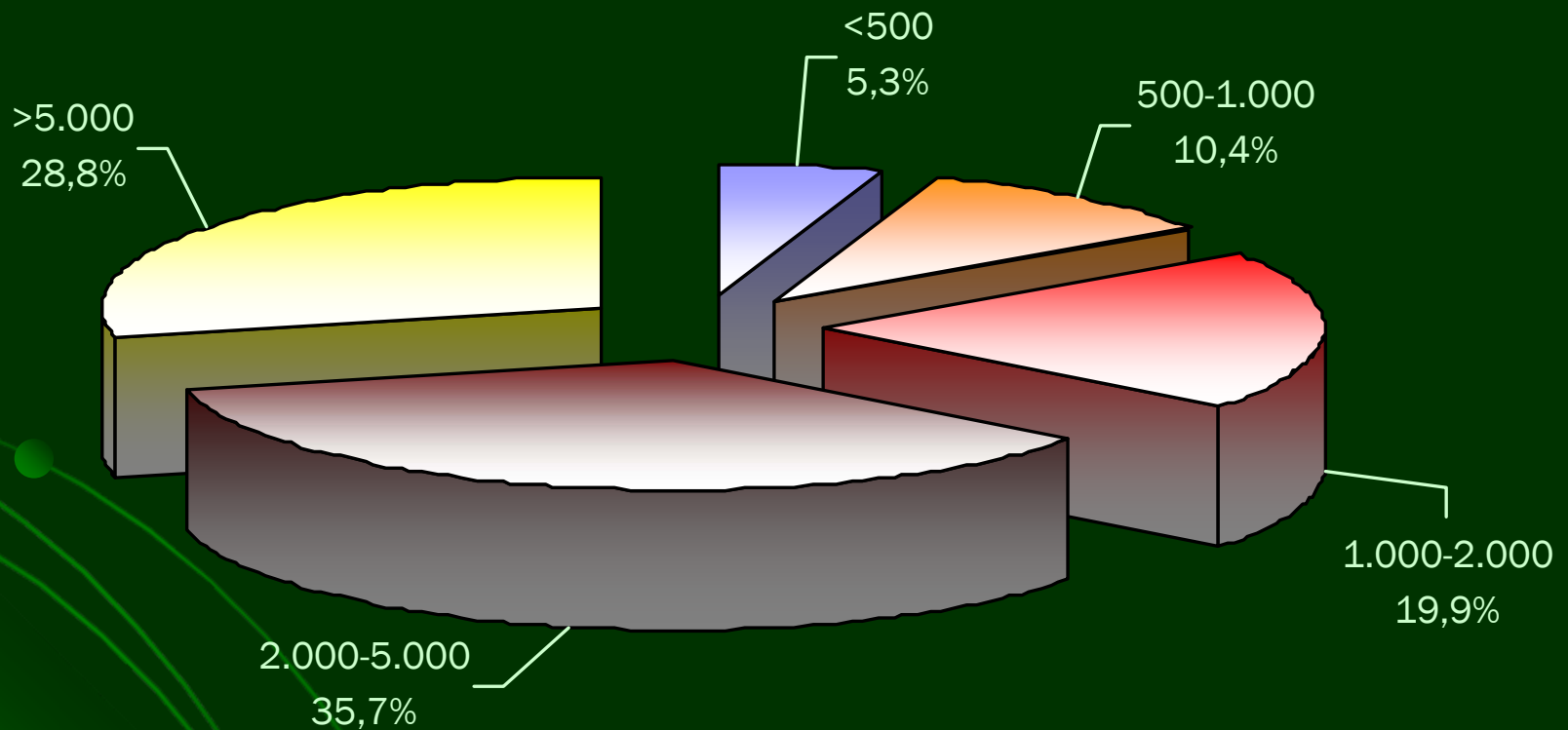
Οι εντυπώσεις από τα κυπριακά καταστήματα παραγωγής και εμπορίας επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

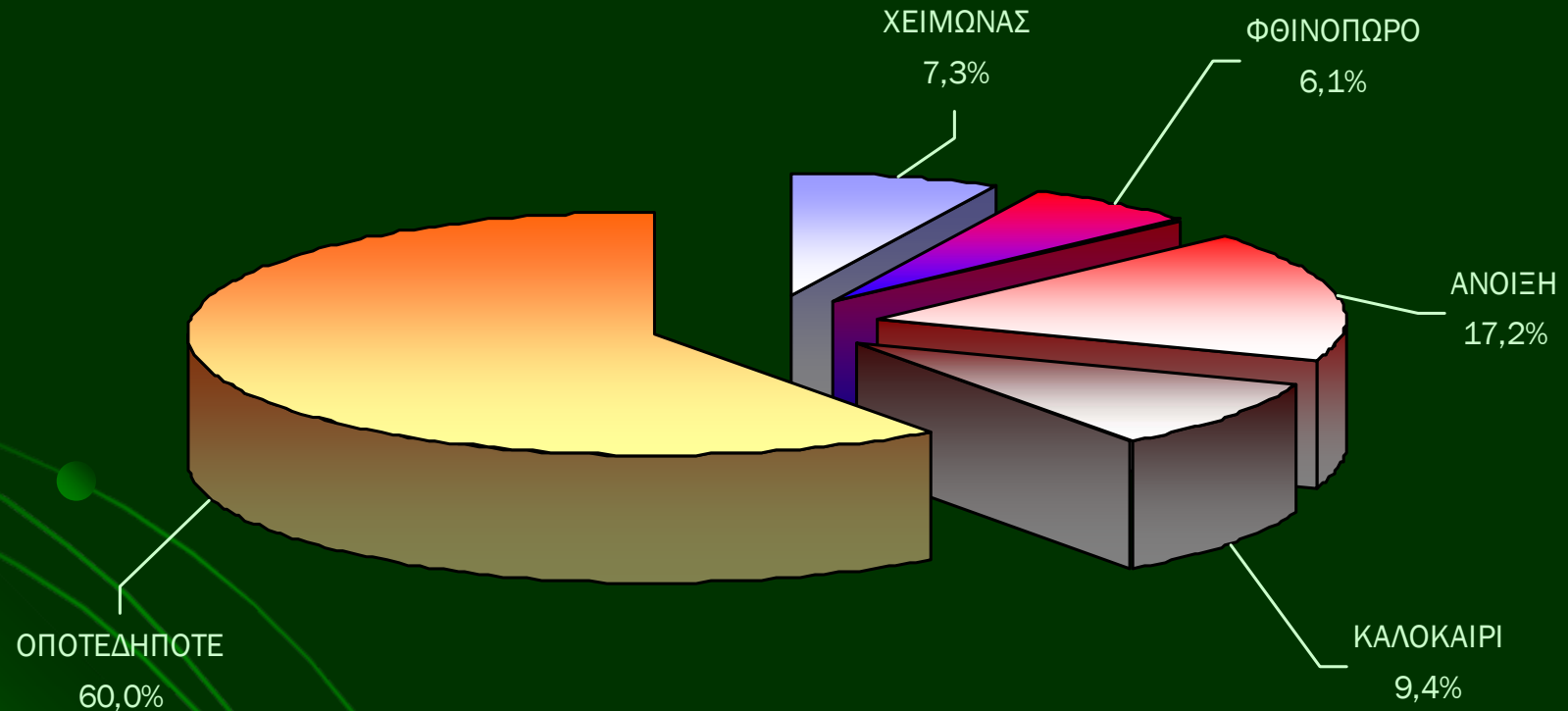
Ύψος χρηματικού ποσού που διαθέσατε σήμερα ή που πιθανόν να διαθέσετε στο εγγύς μέλλον για την αγορά των επίπλων;



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

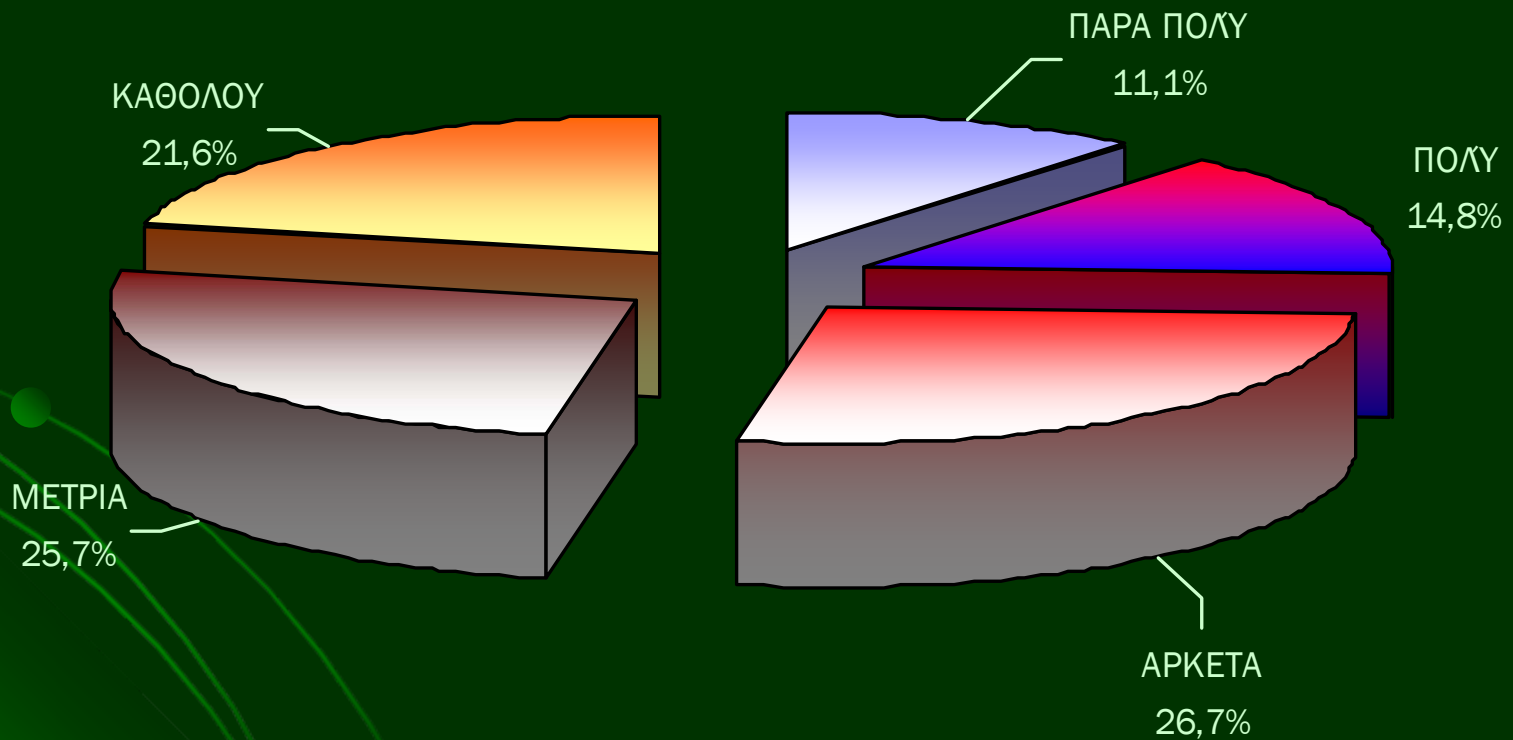
Εποχές αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

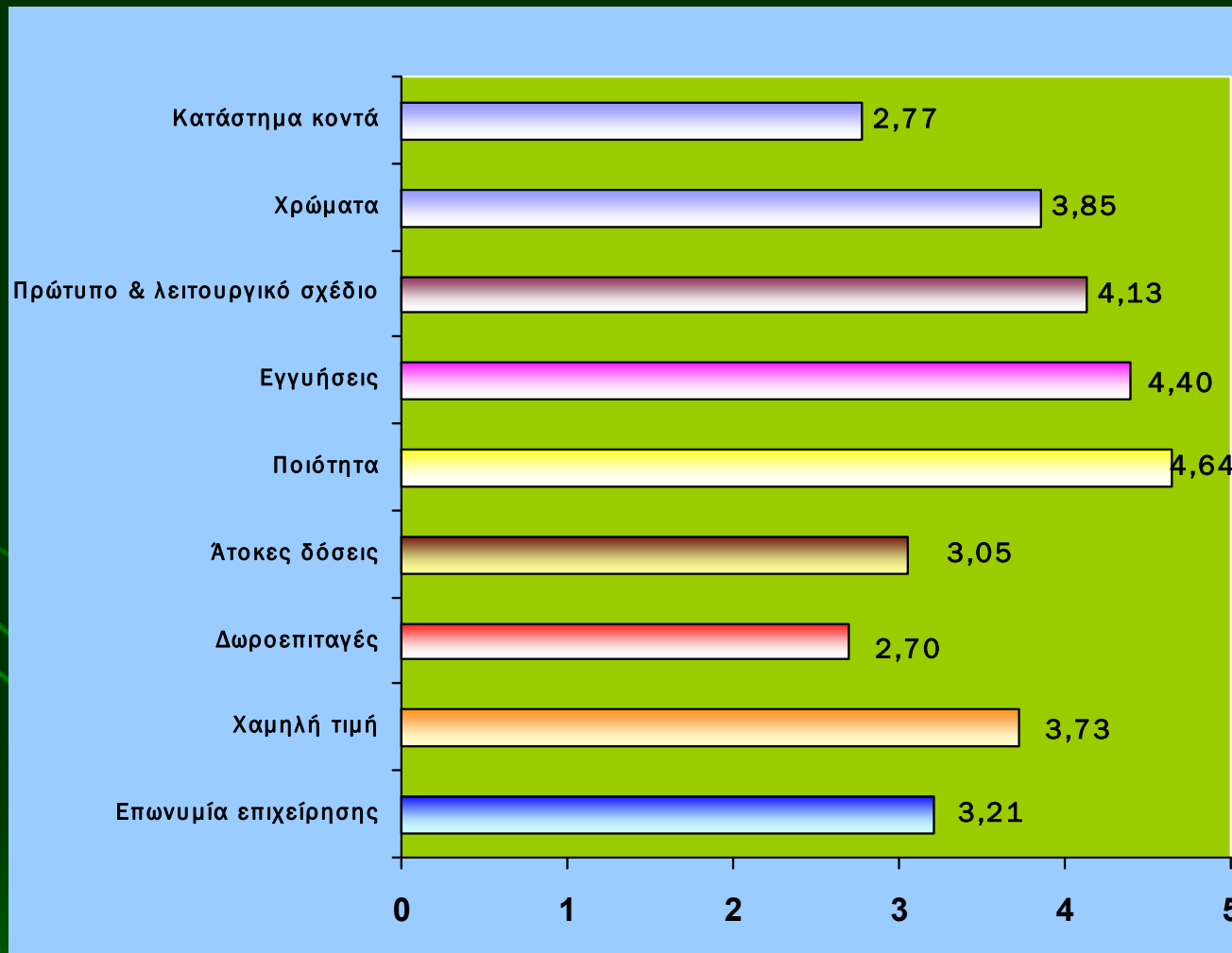
Πόσο οι διαφημίσεις επηρεάζουν στην τελική επιλογή για την αγορά ενός επώνυμου προϊόντος



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

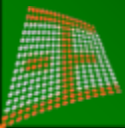
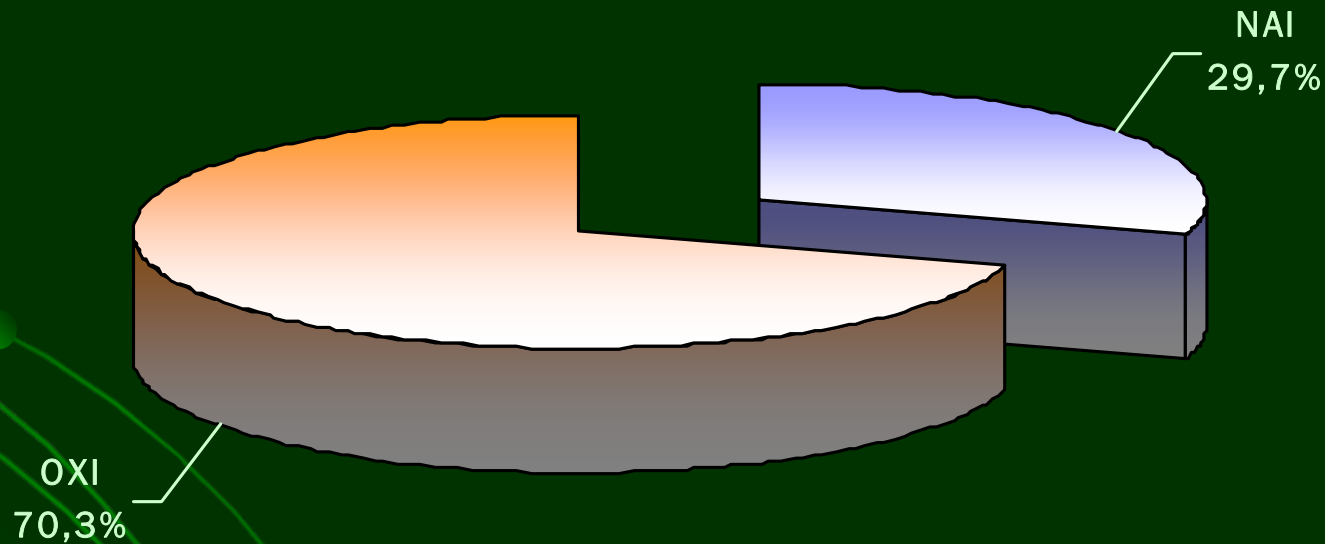
Χαρακτηριστικά επίπλων που δίνουν ιδιαίτερα σημασία οι καταναλωτές στις διαφημίσεις αυτών



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

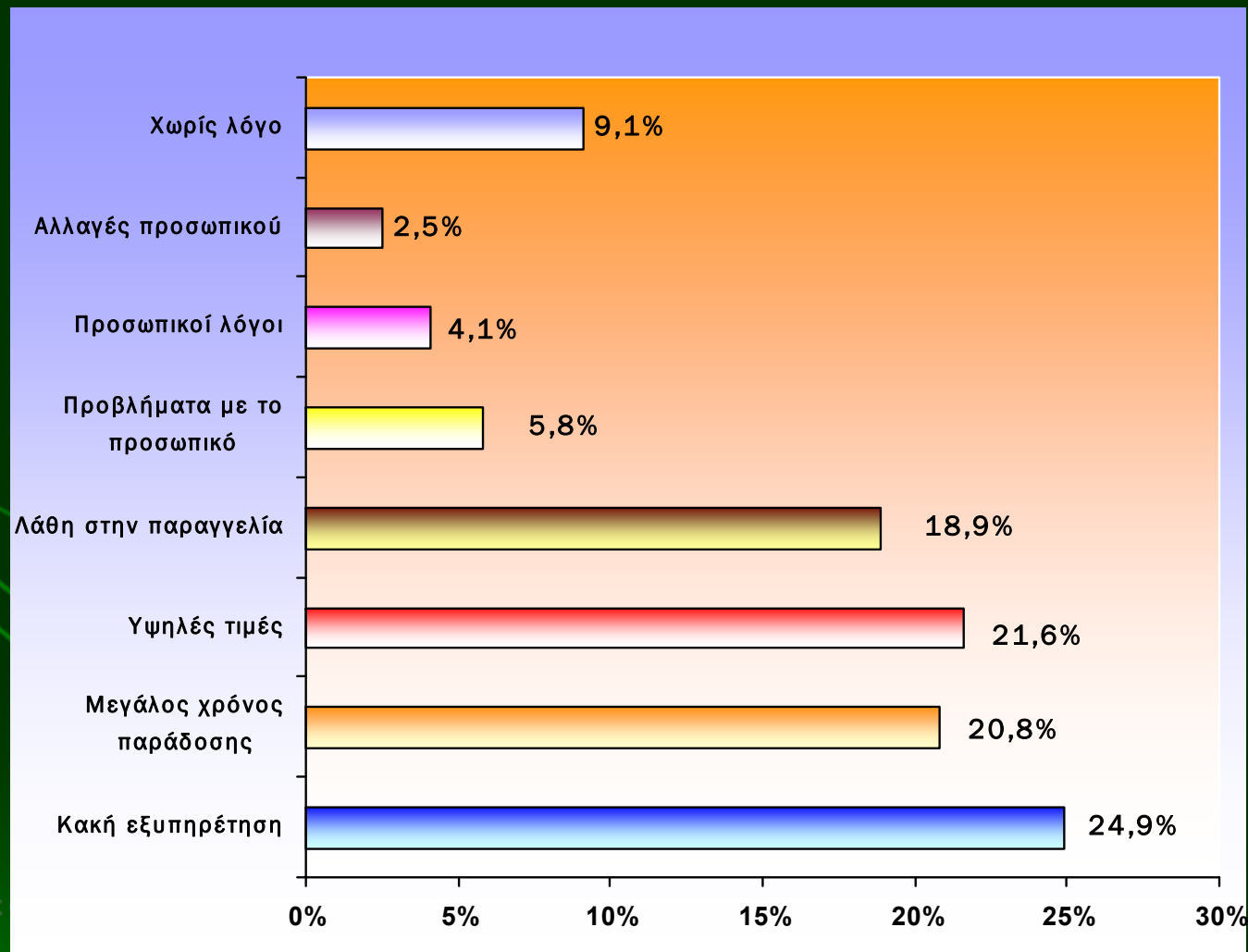
Εξαρτάται η αξιοπιστία μιας εταιρίας επίπλων από το πόσο συχνά διαφημίζεται;



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

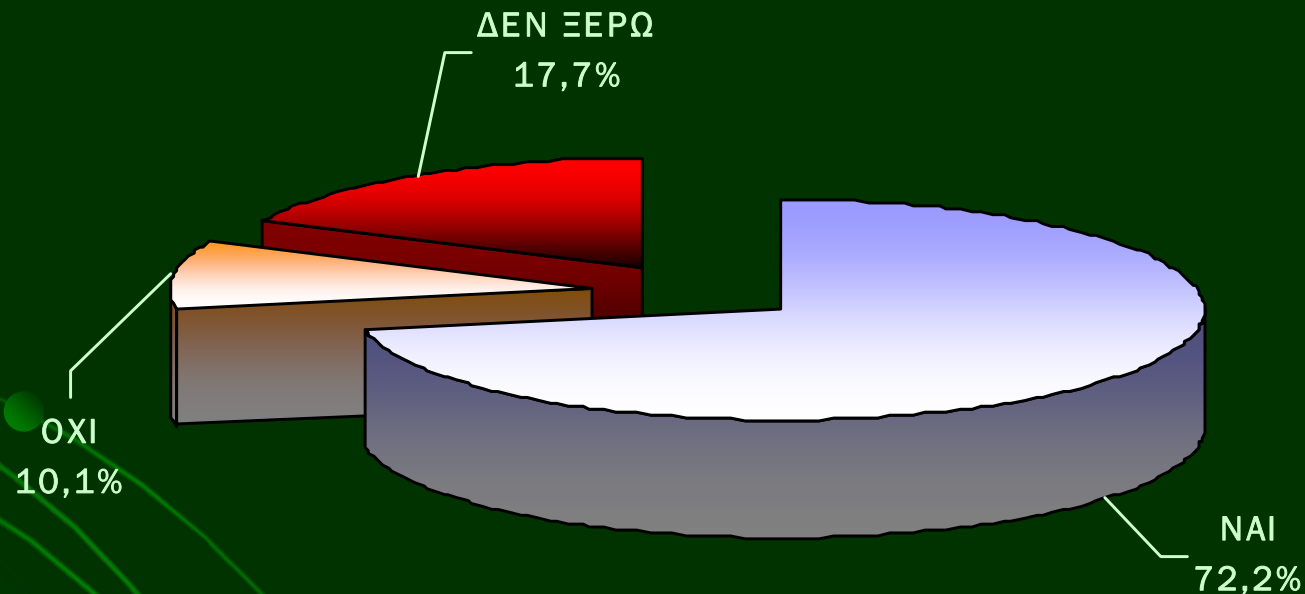
Λόγοι διακοπής αγοράς επίπλων από προηγούμενη επιχείρηση



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

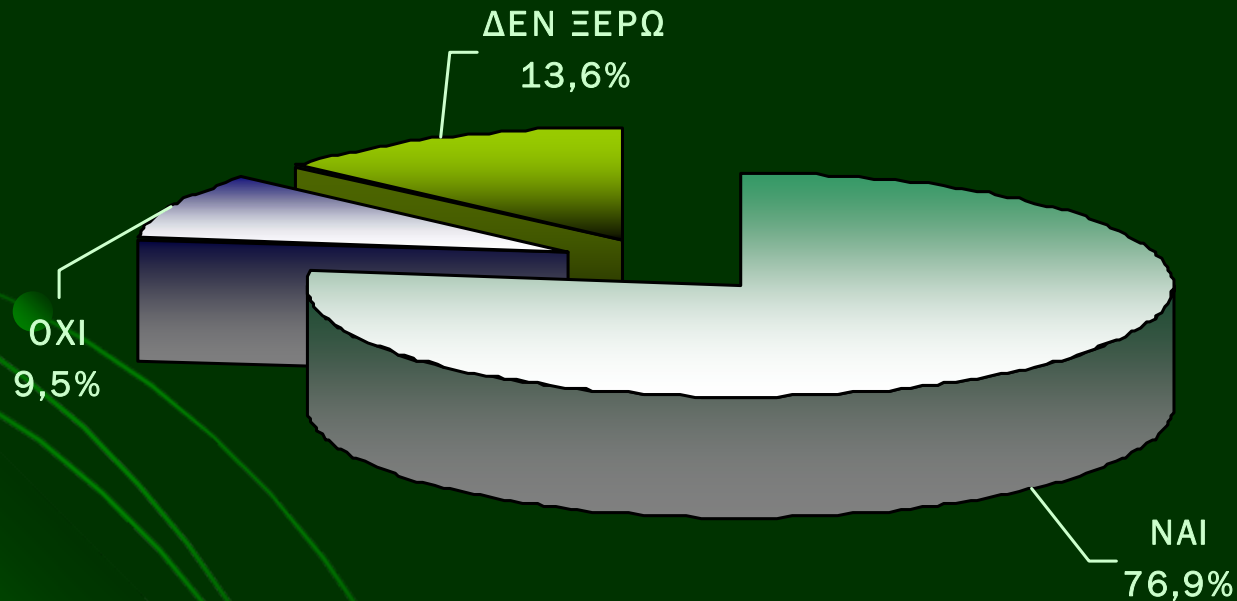
Είναι σήμερα ο κλάδος των κυπριακών ξυλουργικών κατασκευών & επίπλων ένας υγιής κλάδος που συμβάλλει στην ανάπτυξη της κυπριακής οικονομίας;



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Έρευνας κυπριακής αγοράς επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

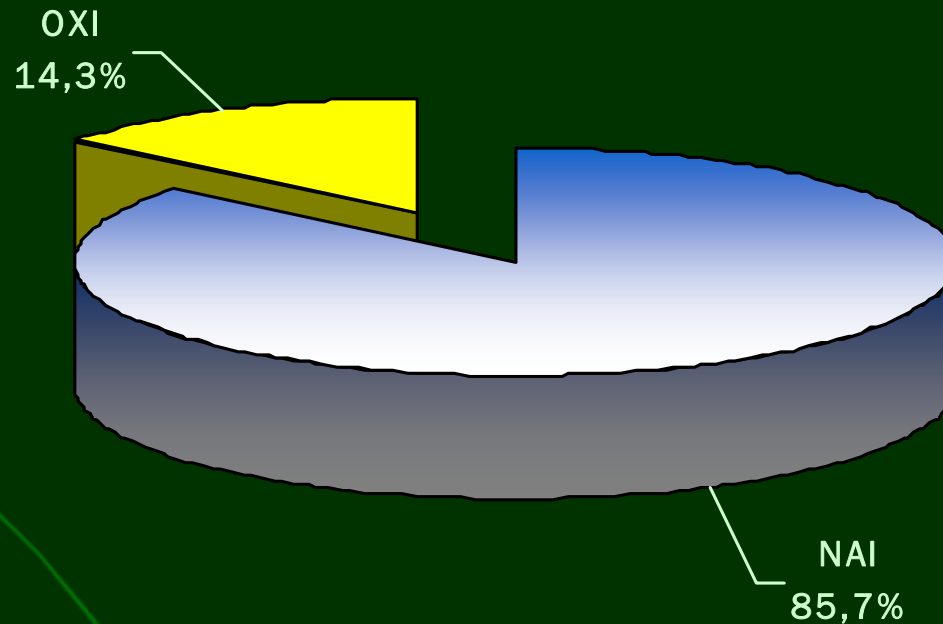
Υπάρχει προσωπικό ενδιαφέρον για την επιβίωση ή ανάπτυξη του κλάδου των κυπριακών ξυλουργικών κατασκευών & επίπλων στην σημερινή έντονη ανταγωνιστική αγορά κυρίως με τα εισαγόμενα προϊόντα;



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

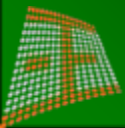
Αιτίες	Χαρακτηρισμός					Μ.Ο. βαθμολογίας	Διαφορά
	Εξαιρετικά Καλή %	Καλή %	Μέτρια %	Κακή %	Εξαιρετικά κακή %		
1	2	3	4	5	6	7	8
Όταν γενικά αγοράζετε έπιπλα κουζίνας, πόσο σημαντικός είναι για εσάς ο παράγοντας «αντοχή κάτω από συνθήκες συνεχούς χρήσης»;	64,6	23,0	8,8	2,6	1,1	4,47	
Πώς κρίνετε την αντοχή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

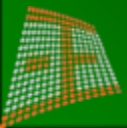
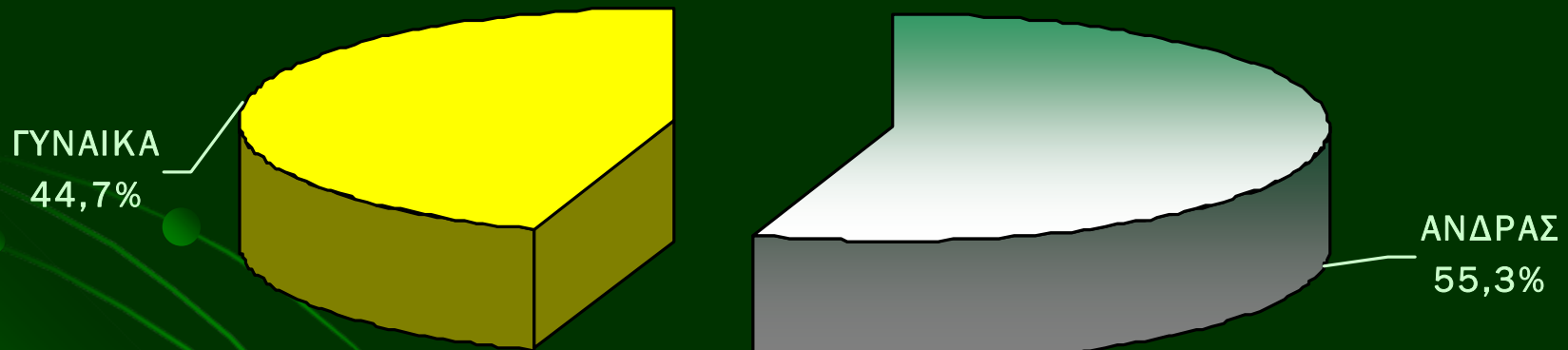
Κρίσεις για τις κυπριακές κουζίνες

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

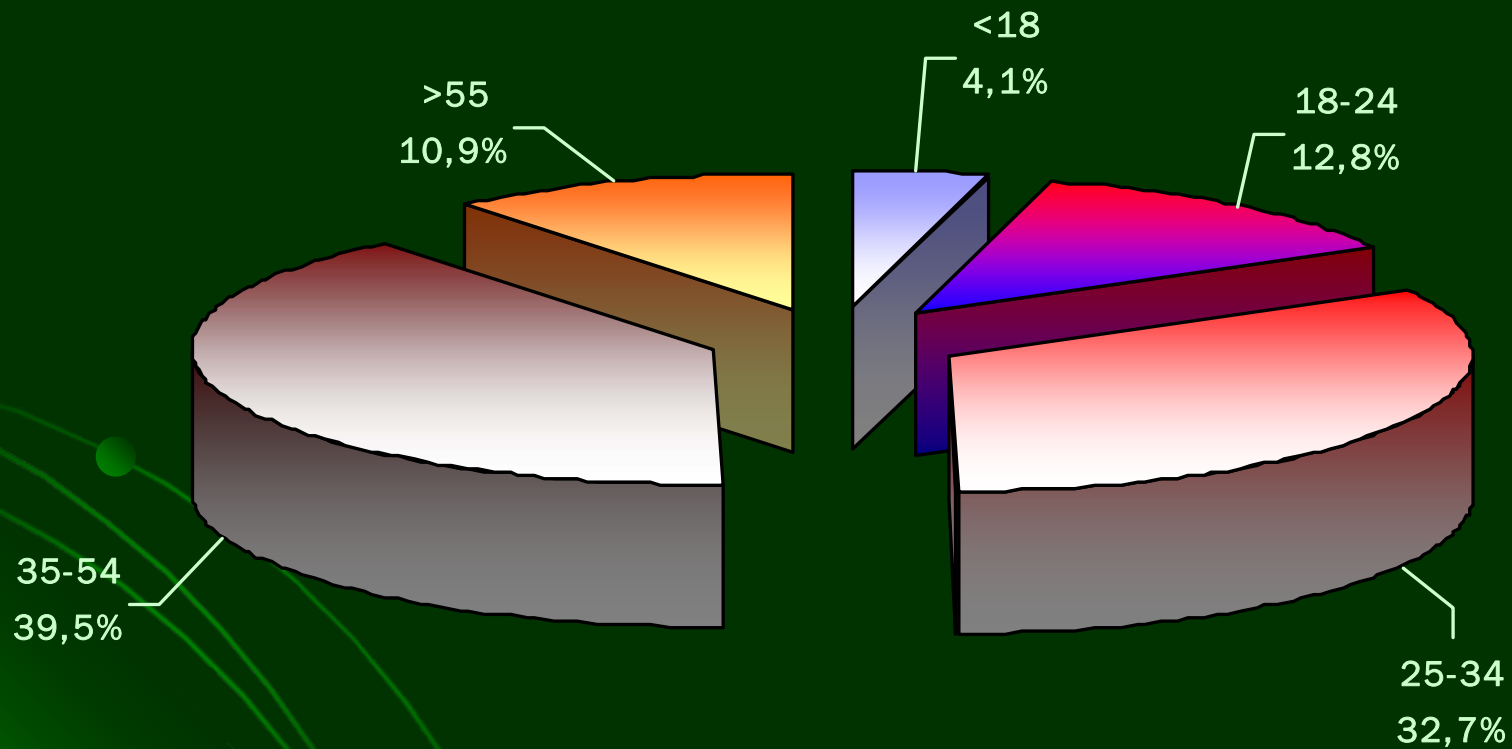
Φύλο



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

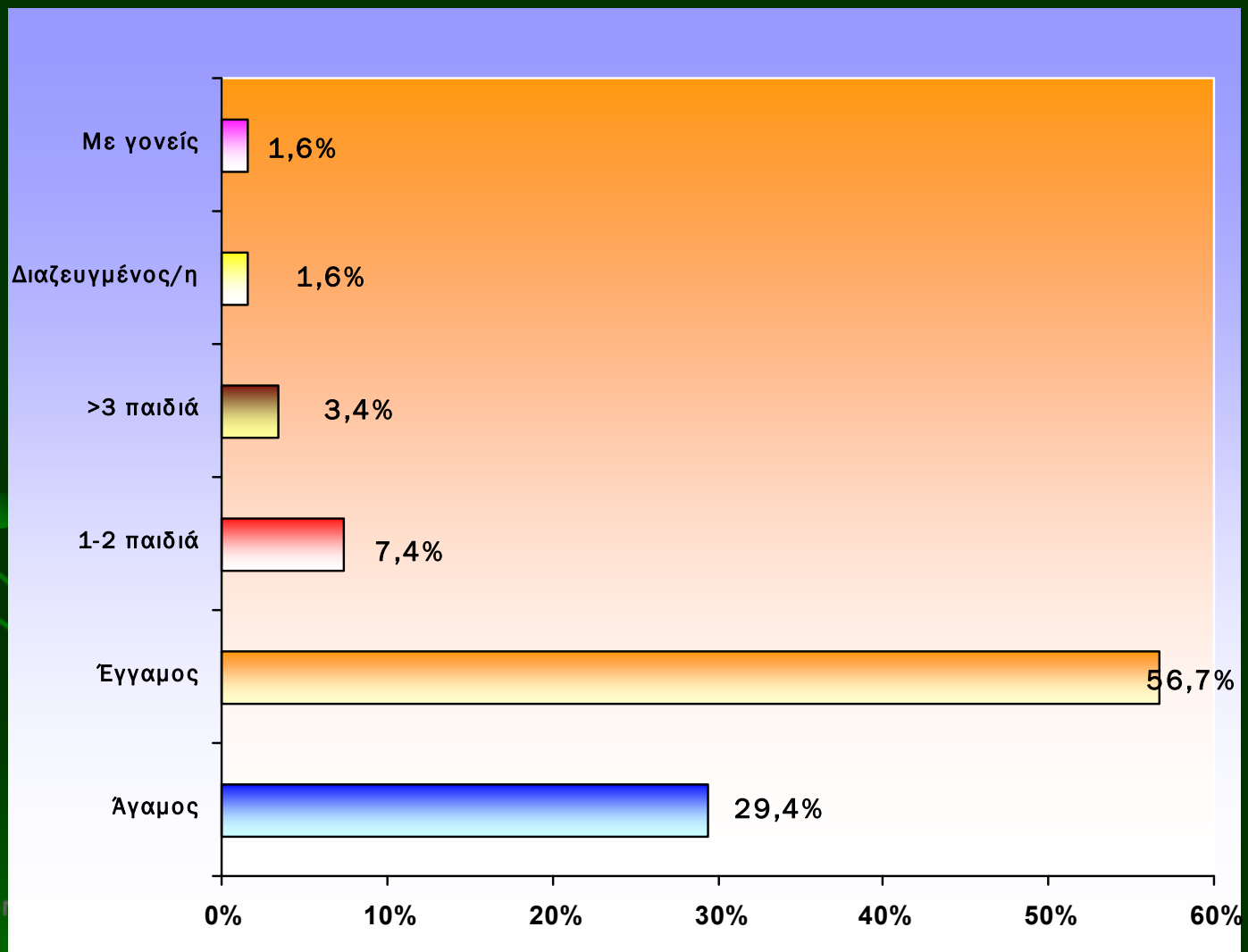
Ηλικία



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

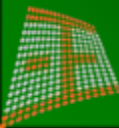
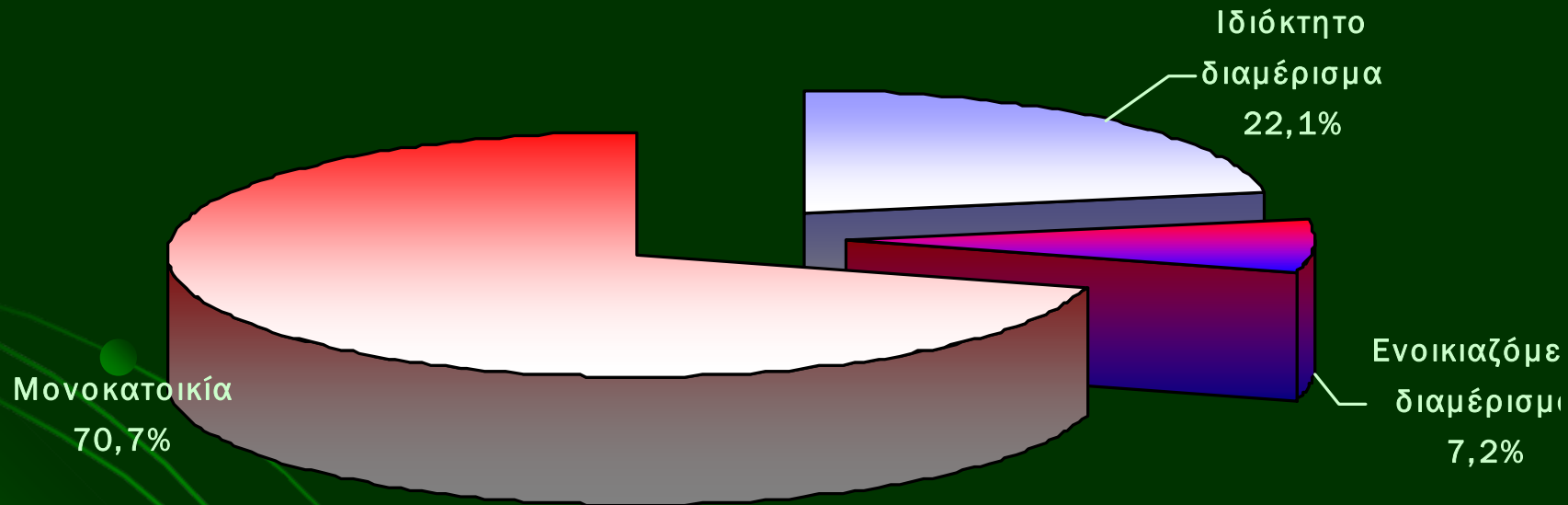
Οικογενειακή κατάσταση



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

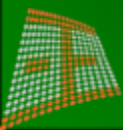
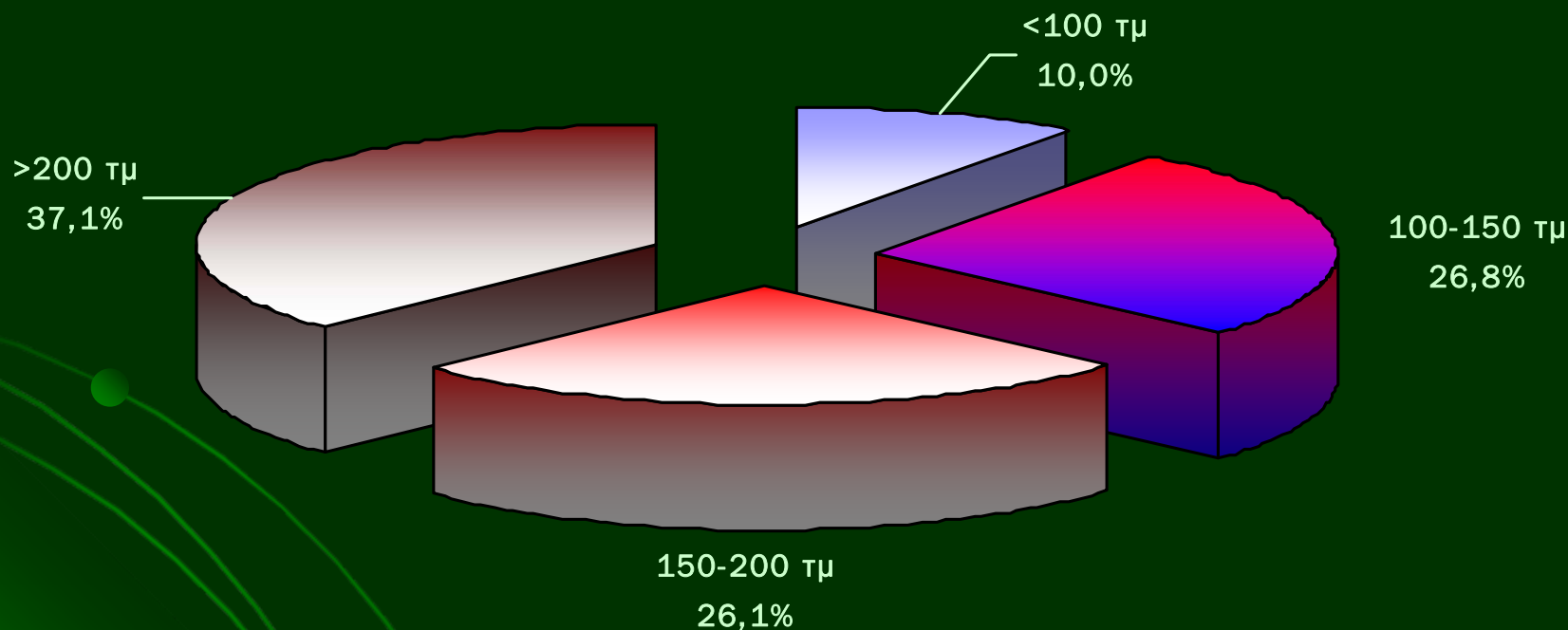
Είδος κατοικίας



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

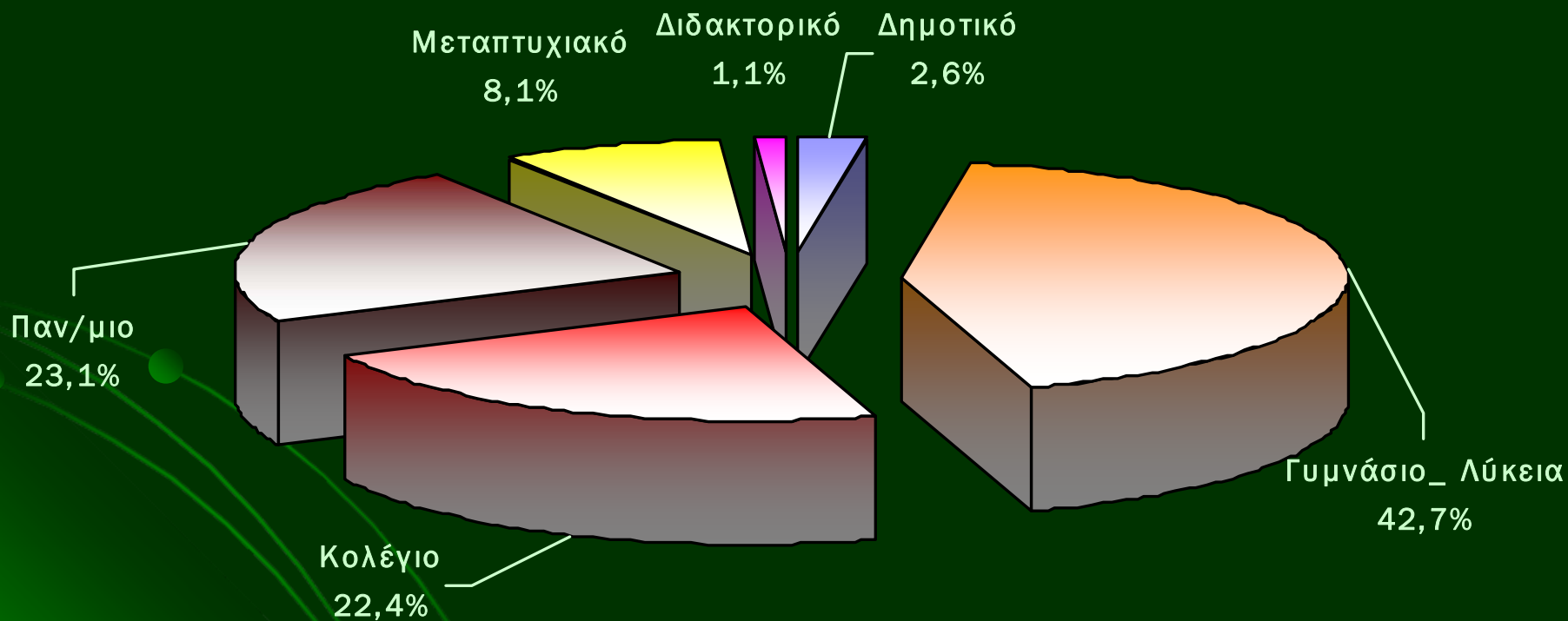
Επιφάνεια κατοικίας



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

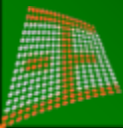
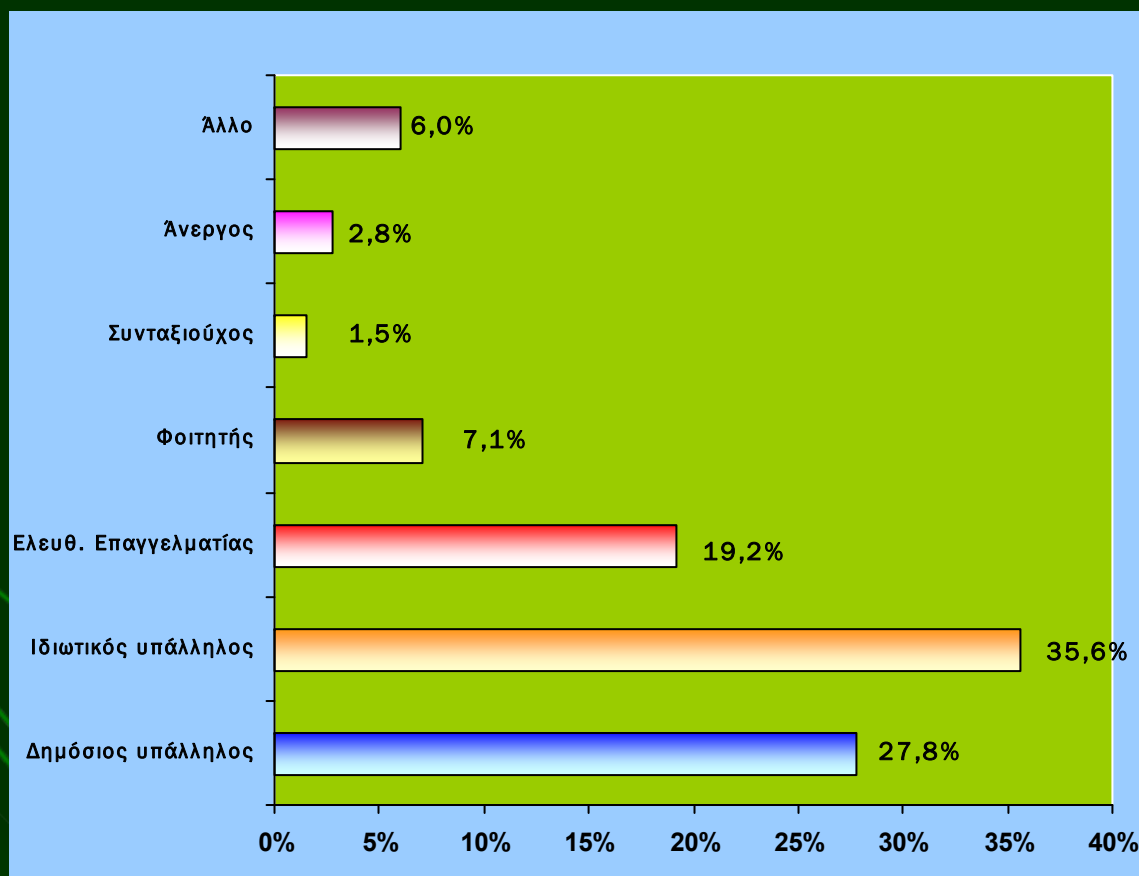
Μορφωτικό επίπεδο



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

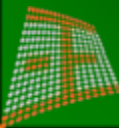
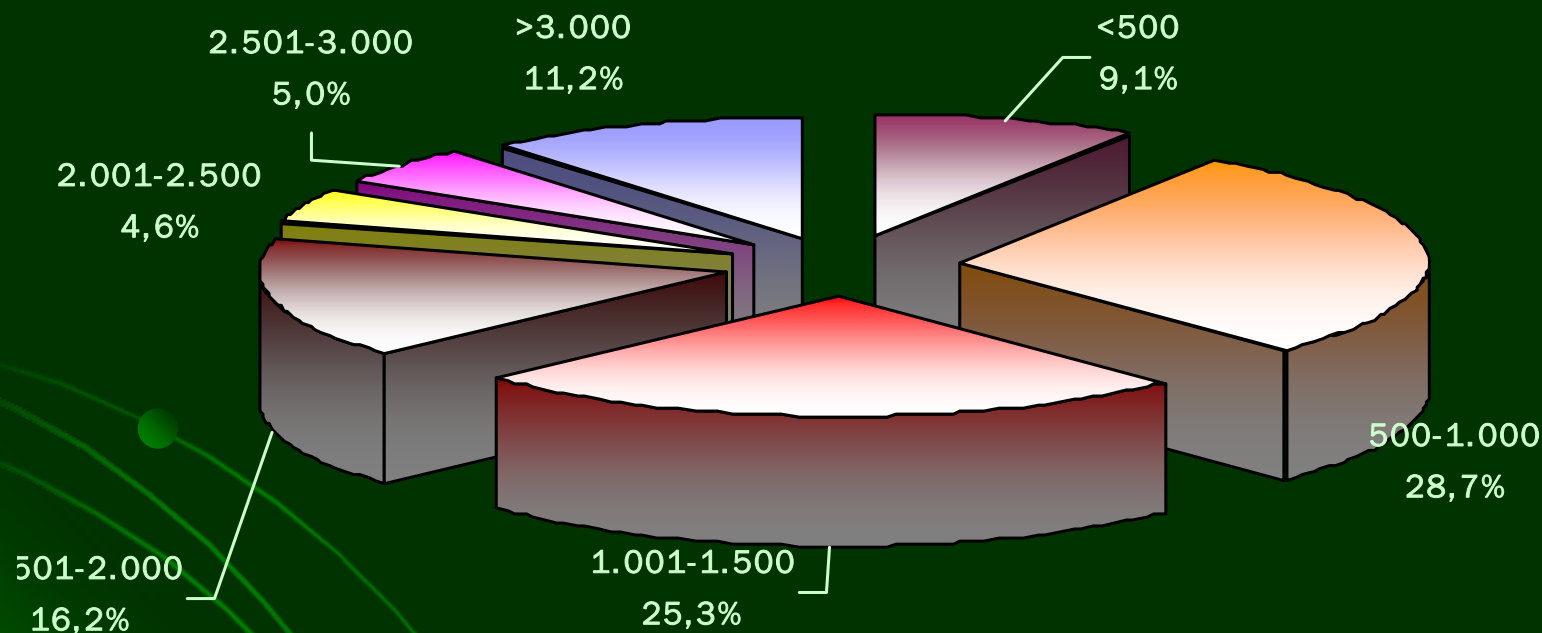
Επαγγελματική κατάσταση



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ –

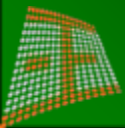
Το προφίλ των Κυπρίων καταναλωτών επίπλων & ξυλουργικών κατασκευών

Οικογενειακό ετήσιο εισόδημα



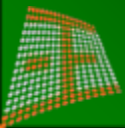
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- 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.



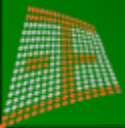
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- 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.



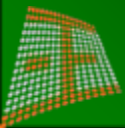
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- 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**.



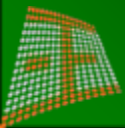
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- 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.



ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΑΣ

