

По заказу компании  
XXXXXXXXXXXXXXXXXX

# МОНИТОРИНГ РЫНКА ДЕКОРАТИВНЫХ ШТОР

**ОТЧЕТ № 1**  
(июнь 2007)

Авторы:

<b>Юлия Волкова</b>	Методика исследования; общее руководство; составление архива тендеров
<b>Елена Крайняя</b>	обзор рынка
<b>Наталья Головнева</b>	анализ продвижения в Интернете
<b>Ирина Лебедева</b>	открытые цены игроков

Период проведения **июнь 2007**

## Содержание

<b>Часть 1</b>	<b>Анализ рынка</b>	
1.1.	Краткая характеристика производства. Экспорт и импорт ткани в РФ.	5
1.2.	Краткая характеристика рынка декоративных услуг для корпоративных клиентов	10
1.3.	Краткая характеристика на рынке декоративных услуг	13
1.3.1	Постельное белье. Российский рынок одеял	13
1.3.2	Столовое белье	16
1.3.3	Современные карнизы и светозащитные системы	16
1.4.	Основные компании-игроки на рынке	17
1.5.	Анализ потребления	35
1.6.	Тенденции рынка	36
<b>Часть 2</b>	<b>Анализ продукции</b>	
2.1	Сравнение цен компаний-конкурентов на аналогичную продукцию	38
<b>Часть 3</b>	<b>Конкурентный анализ</b>	
3.1	Статистика запросов по ключевым словам в поисковых системах	44
3.2	Контекстная реклама	47
3.3	Состояние корпоративных Интернет-ресурсов и выполнение ими основных функций: представительской, рекламной, информационной, торговой и коммуникативной	49
3.4	Продвижение в поисковых системах	59
<b>Часть 4</b>	<b>Анализ спроса</b>	
4.1	Архив тендеров за 2004-2006 годы	65

## Приложения (таблицы)

Таблица 1.1 а	Отечественные и импортные ткани в РФ* (доля рынка в натуральном выражении) в 2005 г.
Таблица 1.1 б	Производители хлопчатобумажных тканей (доля рынка в натуральном выражении, в %) в 2005 г.
Таблица 1.1 в	Структура российского рынка ткани (доля каждого вида ткани, %) в 2005 г.
Таблица 1.1 г	Рост производства тканей в РФ в I полугодии 2005 г. * (%)
Таблица 1.4 а	Компании-конкуренты на рынке штор для корпоративных клиентов
Таблица 2.1 а	Приблизительная стоимость штор и карнизов
Таблица 2.1 б	Отпускные цены на продукцию компаний-конкурентов
Таблица 3.1.а	Наиболее популярные запросы по интерьерной тематике в поисковых системах (yandex, rambler)
Таблица 3.2 а	Рекомендуемые для размещения по контекстной рекламе словосочетания
Таблица 3.2 б	Размещение контекстной рекламы основными конкурентами по наиболее популярным запросам
Таблица 3.3 а	Анализ Интернет-ресурсов основных конкурентов

# Часть 1

# Анализ рынка

## 1. Краткий обзор рынка легкой промышленности России

### 1.1 Краткая характеристика производства. Экспорт и импорт ткани в РФ.

Рынок товаров легкой промышленности, по результатам исследований специалистов Всероссийского научно-исследовательского института потребительского рынка и маркетинга (ВНИИПРиМ), в последние 2 года характеризовался высокой динамикой развития при незначительном снижении темпов роста.

Оборот розничной торговли одеждой, обувью, тканями в 2005 году составил 1,2 трлн. рублей (более \$44 млрд.).

По уровню потребления продукция легкой промышленности намного опережает рынки бытовой электроники, легковых автомобилей и многих других товаров.

По прогнозу, к 2008 году рынок товаров легкой промышленности должен возрасти в 2,7 раза и составить 3,4 трлн. рублей.

Легкая промышленность — одна из наиболее естественных сфер для становления и развития малого бизнеса.

Сегодня вклад легкой промышленности в промышленное производство России составляет немногим более 1%.

Устойчивый рост реальных доходов населения, ставший тенденцией в течение последних шести лет, стимулирует быстрый рост спроса.

В 2005 году объем рынка в физическом выражении увеличился в среднем на 8-13% (в зависимости от ассортиментных групп). Емкий и динамично растущий внутренний спрос должен был стать фактором роста российской легкой промышленности. Однако воспользоваться плодами благоприятной конъюнктуры российские производители сегодня не в состоянии. Несмотря на быстрый рост рынка, объем производства в отрасли ежегодно сокращается.

Определенное улучшение финансового состояния предприятий легкой промышленности, вызванное, в том числе, и действиями со стороны государства, пока не принесло кардинальных изменений в сложившуюся ситуацию. В 2005 году официально учтенный совокупный оборот предприятий легкой промышленности составил 135,7 млрд. рублей (\$4,8 млрд.), что, например, составляет меньше годовой выручки одной крупной металлургической компании.

Для реализации потенциала отрасли необходимо стимулировать формирование широкого слоя дееспособных отечественных производителей, обладающих достаточными ресурсами для развития, инвестиций, дизайнерских разработок и маркетинга собственной продукции.

Для решения указанных задач Министерством промышленности и энергетики совместно с заинтересованными ведомствами на основе предложений 47 субъектов Российской Федерации разработан план мероприятий по развитию легкой промышленности на 2006-2008 годы, ориентированный на решение главных проблемных задач отрасли, а именно:

- формирование цивилизованного внутреннего рынка потребительских товаров;
- стимулирование инвестиционного процесса;
- развитие сырьевой базы легкой промышленности;
- стимулирование экспорта;
- развитие инновационной деятельности;
- подготовка кадров.

Доля отечественных предприятий на внутреннем рынке товаров легкой промышленности в 2003-2005 годах в среднем не превышала 15-17%.



На рынке складывается следующая ситуация: компании-лидеры по производству тканей, а так же швейной продукции, делали ставку на специализацию, в результате чего за счет собственного масштаба они стали еще сильнее и теперь компании занимают разные ниши (например, производство хлопчатобумажных тканей, льняных тканей и др.), в которых каждая специализируется на выпуске того или иного вида сырья и продукции. Поэтому сейчас более перспективной стала локализация бизнеса (средств) в одном сегменте.

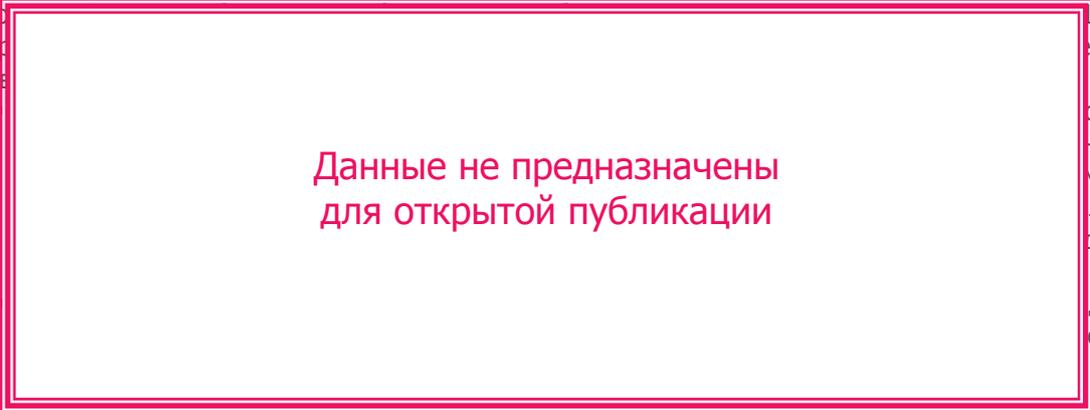
Многие компании стремятся (особенно крупные текстильные холдинги) выпускать готовую продукцию (например, постельное белье, спецодежду и др.), и это понятно, так как рентабельность производства тканей 5-15%, а готовой швейной продукции – 40-50%. В связи с этим растет и рынок домашнего текстиля. Объем рынка текстиля для дома составил в 2006 году примерно порядка \$2,4 млрд., а ежегодный прирост составляет примерно 18-20%.

Бурно развивающийся рынок домашнего текстиля за последние 3 года увеличился в 1,5-1,7 раза при ежегодном росте спроса на 25%. Самый емкий сегмент этой группы – рынок постельного белья. Отечественные производители постельного белья вполне могут конкурировать с зарубежными компаниями, производя продукцию хорошего качества, разнообразного ассортимента по невысоким ценам. Наиболее востребованными комплектами отечественного постельного белья являются комплекты со средним уровнем цен в пределах 600 руб. Средняя цена импортной продукции от \$60 до \$100 за комплект, но есть товар класса люкс по цене от \$500-1500.

Рост продажи предметов интерьера жилища (портьеры, шторы, тюль, покрывала) как в виде готовых тканей, так и в комплектах осуществляется за счет импортных товаров. Основными поставщиками этих товаров на российский рынок являются Турция и Китай (в среднеценовом уровне). Продукция высокого качества и по высоким ценам из Италии, Германии доступна представителям среднего класса. Возросший спрос на мебельные ткани подтверждается ростом продажи их в среднем за последний год на 5-10%, доля отечественной продукции в предложении составляет 10-15%, остальное – импорт.

Некоторые крупные холдинги энергично осваивают выпуск смешанных тканей, то есть смешивают натуральное сырье - шерсть, лен - с синтетическими волокнами - лавсаном, лайкрой.

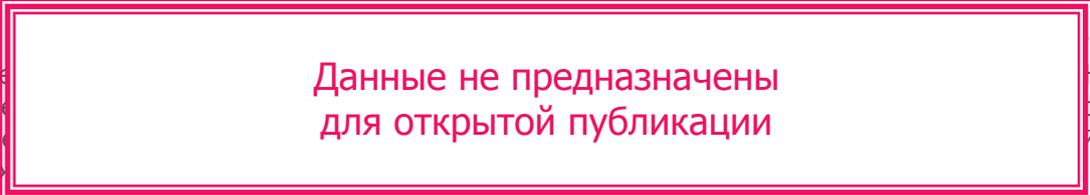
Объем розничного оборота товаров легкой промышленности в 2006 г. составил, по оценке специалистов, около 2%. Конкуренция факторов



Конкуренция факторов: рост на 25%. м лен и лось на одно рос- дустрии ормозят

Конкурентные преимущества российских ткачей на европейском рынке в том, что они ближе к европейским потребителям и могут быстрее и дешевле доставить им товар, чем китайские поставщики. Другие конкуренты россиян - турки - проигрывают отечественным производителям в издержках. Дело в том, что Турция стремится в Евросоюз и зарплата у турецких ткачей уже на уровне европейской.

Две трети крупнейших "Гута Текстиль" тобумах



- в 15%. Наиболее фактура", хлопча-

Текстильная отрасль России производит хлопчатобумажные, льняные, шерстяные и синтетические ткани. На ткани из хлопка приходится почти 80% всего производства. К примеру, практически весь рынок хлопковых тканей (их доля составляет около 80% в общем текстильном производстве) представлен несколькими крупными игроками: шесть компаний занимают 65% рынка.

На производство всех остальных видов тканей в стране приходится всего 15%. Из них 5% - производство льняных. На производство шелковых и синтетических тканей приходится около 6% объемов производства. Остальные 4% рынка занимают производители шерстяных тканей. Оставшуюся треть текстильного рынка занимают иностранные компании, преимущественно из Юго-Восточной Азии.

**В структуре экспорта легкой промышленности** основную долю составляют суровые хлопчатобумажные и льняные ткани. В 2006 году экспорт тканей оставался на уровне 2005 года. В январе-августе 2006 года экспорт хлопчатобумажных тканей составил 252,5 млн. кв. м на сумму 95,8 млн. долларов.

В таблице 1.1а представлены данные по импорту тканей в РФ в натуральном выражении.

Многие компании-производители ежегодно экспортируют различные ткани (например, льняные, (порядка более 12 млн. кв. м)) в США и Европу. В таблице 1.1.б представлены крупные производители хлопчатобумажной ткани.

Доминирующее положение в поставках импортных товаров остается за Китаем. В общем объеме поставок одежды на долю Китая приходится 44%, обуви – 60%, текстильных изделий – 50%. В основном это товары массового спроса.

Таблица 1.1а

**Отечественные и импортные ткани в РФ\* (доля рынка в натуральном выражении) в 2005 г.**

	Российские ткани	Импорт
хлопчатобумажные		
льняные		
шерстяные		
шелковые		

Данные не предназначены для открытой публикации

\* С учетом производства, импорта, экспорта и остатков.

Таблица 1.1б

**Производители хлопчатобумажных тканей\* (доля рынка в натуральном выражении, в %) в 2005 г.**

Компании	Доля рынка
Альба	
«ТД»	
ХБК	
ТД «	
ПКС	
дру	

Данные не предназначены для открытой публикации

\* С учетом производства, импорта, экспорта и остатков.

В настоящее время текстильный рынок России потребляет порядка 300 -330 тысяч тонн хлопчатобумажных тканей, что составляет 59003 тонны хлопчатобумажных тканей в 2005 году. Из них произведено 526832 тонны, таким образом, хлопчатобумажная отрасль своих позиций пока не сдает.

**Данные не предназначены для открытой публикации**

Таблица 1.1 в

**Структура российского рынка ткани (доля каждого вида ткани, %) в 2005 г.**

	Хлопчатобумажные	Льняные	Шерстяные	Шелковые и синтетические
Производство	87	6	2	5
Импорт	15	1	3	81
Экспорт	83	13	1,5	2,5

Таблица 1.1 г

**Рост производства тканей в РФ в I полугодии 2005 г. \* (%)**

Ткани	
Хлопчатобумажные	98,4
Льняные ткани	75,3
Шерстяные ткани	87,6
Шелковые ткани	81,6

\*По сравнению с аналогичным периодом 2004, в натуральном выражении

Источник: Росстат.

В процессе анализа рынка выявлено, что сейчас Китай и Турция являются мировыми лидерами по экспорту тканей.

Можно отметить, что, например, в структуре легкой промышленности Австрии, Германии, Франции и Швейцарии 40% принадлежит техническому текстилю (для нужд строительства, авиа-, автомобилестроения и др.), 30% - сегменту верхней одежды, остальное - **приходится на бытовой текстиль и другие сегменты.**

Российская легкая промышленность впервые за многие годы имеет положительные темпы роста, причем они выше, чем в других обрабатывающих отраслях. В целом объем рынка легкой промышленности России в 2006 году оценивается в 1,4 трлн. рублей.

## 1.2 Краткая характеристика рынка декоративных услуг для корпоративных клиентов

В начале 90-х рынок декорирования интерьеров был практически пуст. Многие салоны штор занимались только продажей портьерных тканей. Но со временем конкуренция обострилась, и требования клиентов стали расти. Сейчас продажа портьерных тканей как таковая для частного клиента, как и для корпоративных клиентов фактически не интересна. Потребителей интересует полный комплекс услуг по декорированию помещений.

Сейчас на рынке интересен комплексный подход к интерьеру вообще и к дизайну штор – в частности. Теперь салоны предлагают весь спектр услуг:

- выезд дизайнера;
- составление проекта;
- подбор материалов, тканей, фурнитуры;
- качественный пошив штор и аксессуаров;
- подбор сопутствующих элементов: карнизы, жалюзи, элементы декора, подушки, покрывала;
- монтаж и навеску.

Большинство салонов штор ориентировано на богатых клиентов, а они придают цене небольшое значение. Также многие салоны штор стараются закупать европейские и американские ткани напрямую, минуя многочисленных посредников.

Обычно клиент при выборе салона обращает внимание на:

- уровень дизайнеров
- качество пошива штор
- выбор тканей.

В результате анализа рынка, выявлено, что услуги по декорированию пользуются спросом как у частных клиентов, так и у корпоративных клиентов, а именно: в ресторанном бизнесе, в гостиничной индустрии, в различных офисных помещениях.

Использование элитных тканей характерно для корпоративных клиентов, а именно: гостиниц, ресторанов и др. В основном данные виды тканей представлены западными производителями, например, одним из наиболее известных издателей тканей является испанская компания Gaston y Daniela, разрабатывающая набивные хлопковые обивочные и декоративные ткани, итальянская компания Rubelli. Преобладают ткани из шелковых и вискозных волокон, а также хлопковых нитей.

Кроме частных дизайнеров, дизайн-студий и текстильных салонов компания Rubelli тесно сотрудничает с итальянскими производителями мебели, делающими закупки тканей для обивки диванов и кресел, в основном классического стиля. Со стороны российских мебельщиков пока такого движения не наблюдается, то же можно сказать и о реставраторах. Но представители московского гостиничного бизнеса проявляют определенный интерес. В оформлении интерьеров отеля Ararat Park Hyatt широко представлен текстиль Rubelli как для штор, так и для обивки мебели.

Для оснащения гостиниц и лайнеров высокого класса компания Rubelli создает ткани из материала Trevira CS, которые кроме высокого дизайна отличает устойчивость к возгоранию.

Значение дизайнера для ресторана сложно переоценить: ведь зачастую именно при первой встрече с ним рождается собственно концепция будущего заведения. Для того, чтобы интерьер воспринимался клиентами, нужно много декора, много тематически разноплановых интерьерных решений, нужно, чтобы людям в ресторане было что разглядывать. Даже с чисто финансовой точки зрения это выгодно: если в заведении есть за что зацепиться взгляду, люди в нем остаются дольше и в результате оставляют больше денег.

Также услуги по декорированию пользуются спросом в индустрии гостеприимства. На данный момент доминирующей концепцией в дизайне современных отелей и открывающихся объектов индустрии гостеприимства является стиль комфортного минимализма. Стиль комфортного минимализма открывает неограниченные возможности по разработке дизайна номерного фонда и общественных помещений.

Он предоставляет дизайнерам широкую палитру красок для создания, как ярких, так и спокойных интерьеров под любую концепцию, будь то загородный или городской отель, клубное помещение, дом или квартира. Комфортный минимализм – устоявшийся стиль, он не потеряет своей актуальности и наверняка будет популярен еще несколько десятилетий.

Если говорить о тенденциях на рынке тканей для штор для частных клиентов, то мода становится все более демократичной и эклектичной. Традиционно пользуются спросом занавески из натуральных волокон - хлопка, льна, шелка или их сочетания. В моде превалирует и «экологический стиль»: пеньковая ткань, выработанная из стволов травянистых растений, хлопчатобумажные и шелковые полотна с включением в качестве акцента раффи - волокон, получаемых из пальмовых листьев.

Западные дизайнеры предлагают использовать синтетические ткани на основе полистирола и акрила. Шторы из них обладают повышенной светонепроницаемостью, пылеотталкивающими свойствами и пропитываются специальным составом, предохраняющим материал от выгорания.

К новинкам современного текстиля, начинающим завоевывать отечественный рынок, можно отнести сжатый тюль, ткани с рисунком, вытравленным кислотой, и интерьерные ткани на металлической основе.

Среди синтетических материалов для производства шторных тканей по-прежнему лидируют полиэстер и вискоза, используются также добавки к ним из хлопка и льна. Такие шторы хорошо драпируются и не требуют специального ухода.

Также возрастает интерес дизайнеров к фактуре и поверхности ткани. Ткань перфорируется лазером, при этом обожженный край отверстия сохраняет прочность. Используется специальная химическая обработка, придающая ткани мятый вид. Она может менять цвет - начинает переливаться и мерцать. Появились двойные ткани, а между их слоями продергиваются золотые или серебряные нити.

Но особой популярностью пользуются по-прежнему сетки, яркие, разнообразных цветов, а когда при их плетении используются полиэстеровые волокна - сетка приобретает блеск. Но если для производства используется металлизированная нить, то сетка, напоминающая тонкую металлическую проволоку, смотрится очень стильно в современных технологичных интерьерах.

Из натуральных материалов становится популярен лен, и в ближайшее десятилетие предполагается, что интерес к нему сохранится. Поэтому многие зарубежные фабрики выпускают льняные коллекции, ведь на Западе лен - признак экологичного жилища и стоит достаточно дорого. Лен, помимо экологичности, красив, практичен и многообразен: его сплетают с цветными хлопковыми нитями, создают разреженную сетку, обрабатывают лазером, вставляют полиэтиленовые вставки.

Сегодня вновь, как и несколько веков назад, украшением дорогих интерьеров становится восточная роскошь шелка, бархата и парчи. Такие шторы, как правило, тяжелые, имеют много складок, украшены бахромой, кистями, отделаны по краю широкой тесьмой в тон ткани, имитирующей вышивку.

Для антикварных интерьеров специально производятся ткани, воссозданные по старинным рисункам и технологиям, затем их искусственно старят. И современный шелк, имитируя старинную ткань, может выглядеть как потускневший и протершийся от времени. Шторы из таких тканей украшают антикварные интерьеры, являясь их органичным дополнением.

По оценкам аналитиков, деятельность дизайнеров и архитекторов, предоставляющих услуги по проектированию жилых и общественных объектов, обеспечивает более **65% продаж** строительных и отделочных материалов, мебели, аксессуаров домашнего обихода.

По данным экспертов рынка, сегодня рынок дизайнерских услуг России существует как реальный компонент экономики с годовым оборотом свыше 15 млрд. долларов. При этом большую часть на рынке занимают услуги по проектированию и **дизайну помещений**.

Можно сделать вывод, что размеры российского дизайнерского рынка напрямую связаны с масштабами строительной индустрии. Поэтому сейчас рынок интерьерного дизайна переживает настоящий бум.

При анализе московского рынка декоративных штор, можно выявить связь между развитием данного рынка и ростом услуг по декорированию помещений, с установкой в московских квартирах, а также в некоторых загородных домах, пластиковых окон. Так как сейчас многие клиенты приобретают квартиры без отделки или ремонтируют уже имеющееся жилье, то многие обращаются в специализированные компании для ремонта и отделки помещения, как принято говорить «под ключ». Услуги включают как ремонт помещения, так и отделку его интерьера. В связи с данной ситуацией, клиенты предпочитают и замену декора окон в квартире, а также в загородных домах.

Так, средняя стоимость пластикового окна составляет 8,4 тысячи рублей, без учета стоимости установки. По данным МосгорБТИ на 1 января 2005г. общее количество квартир в Москве составляет 3 686 493 квартиры. Из них 812 437 - однокомнатных квартир, 1 636 567 - двухкомнатных, 1 067 512 - трехкомнатных, 102 641 - четырехкомнатных, 22 150 - пятикомнатных и выше, и 45 186 комнат в общежитиях.

Общее количество жилых комнат составляет 7 949 755, и с учетом кухонь **ёмкость московского рынка** ковского рынка производства ло 4-5 млн. кв. м. го, что часть составляет ок жении.

**Данные не предназначены  
для открытой публикации**

К 2005 году общий объем российского рынка окон из ПВХ-профиля составил около 800 млн. долларов. Начиная с 2003г. ежегодный прирост рынка составляет порядка 27%. За последние 4-5 лет, по оценкам экспертов, доля пластиковых окон в общем объеме остекления увеличилась почти в полтора раза. В целом тенденции, характерные для российского рынка оконных материалов, во многом сходны с общеевропейскими тенденциями. В связи с этим существует тенденция увеличения спроса на услуги по декорированию (в том числе и на шторы).

Участники рынка отмечают, что в корпоративном секторе по установке окон низкая рентабельность. Строители требуют за крупный опт серьезные скидки, жестко подходят к срокам монтажа. По оценкам экспертов, в 2005 году 70-75% продаж пластиковых окон пришлось на потребительский сегмент, а только остальное - на корпоративный.

В связи с этим будет и расти спрос на профессиональные услуги по декорированию помещений, как для частного клиента, так и для корпоративного, так как в Москве увеличивается темпы строительства гостиничного фонда, а также открываются новые рестораны и бизнес-центры.



В цивилизованном мире существует понятие "культура сна", и постельные принадлежности являются символом экстра-класса, надежности, здоровья.

Также интересен для анализа такой сегмент продукции как одеяла и подушки. На московском рынке одеял изобилует в основном продукция из шерсти овцы-мериноса, так как такая шерсть эластична и прочна, к тому же шерстяные одеяла обладают терапевтическим эффектом. Для качественных одеял (например, из шерсти мериноса) стоимость может колебаться от \$100 и выше. Дешевая продукция приходит в Россию преимущественно с Кавказа.

Отдельная тема - одеяла из пуха, легкие, мягкие и теплые. Сегодня для большинства одеял используется утиный или гусиный пух - либо в чистом виде, либо в смеси с пером (более ценными считаются одеяла, в которых пуха больше). Большинство современных пуховых одеял проходят специальную обработку (так, например, такое одеяло будет стоить от 4500 руб. против порядка 2 500 руб. за обычное одеяло).

Пожалуй, самым дешевым и безопасным наполнителем для одеял на сегодня можно считать синтетику. Хотя дешевизна - понятие относительное. Скажем, одеяло из простого холофайбера может стоить порядка 1500 руб.

Российскому производителю одеял сегодня живется непросто. С одной стороны - репутация, существенно подпорченная подпольными одеяльщиками. С другой - сильнейшая конкуренция со стороны западных производителей с их высокогорными пастбищами и высокими технологиями. Впрочем, в последнее время ситуация меняется - на рынок выходят отечественные предприятия, предлагающие товар европейского качества по местным ценам.

Цены на российскую шерсть тоже не кусаются: вполне приличное шерстяное одеяло, соответствующее всем ГОСТам и санитарным нормам, можно приобрести за 2000 руб. Кстати, в отечественных постельных принадлежностях встречается и шерсть мериноса: российская компания Abatex уже давно выпускает одеяла и пледы (от \$150) из шерсти тонкорунных австралийских овец.

Зарубежные производители стелют не только мягко, но и полезно для здоровья. Их козыри - высокие технологии или подчеркнутая натуральность, а у некоторых - и то и другое. Новинка рынка - искусственный материал Espera-Foss (Espera, Дания), который стал наилучшей заменой гусиным перьям и полиэстеру. По заверениям производителя, Espera легок и нежен, как пух, но при этом не вызывает аллергии. Кроме того, подушки и одеяла (от \$50) из этого материала практически не подвержены деформациям и спокойно выдерживают многочисленные стирки в горячей воде.

Очень популярны нынче многофункциональные одеяла. Например, комплект из двух одеял, скрепленных кнопками, с наполнителем из пуха кашмирской козы и натурального шелка сгодится для любого сезона (Selecta, Германия). Жарким летом можно спать под шелковым одеялом, прохладной осенью - под кашемиром, а зимой - под их комбинацией. Оба одеяла вместе с кнопками весят всего 1340 г. За легкость необыкновенную и свойство держать оптимальную температуру в любое время года придется заплатить около \$1000. Та же конструкция бывает подешевле и потяжелее (1,5 кг и 15,5 тыс. руб.) - в ней вместо благородного кашемира использована овечья шерсть.

Западная шерсть, в отличие от российской, весьма недешева. Одеяло "Эксквизит-Батист" (Германия, \$300) с наполнителем из натуральной овечьей шерсти не только отлично хранит тепло, но и крайне плохо впитывает влагу. Эффектно выглядят одеяла "Кэмел" производства датской компании Jork and Larsen (от \$250). Их главная особенность - многослойность: на 60% одеяло сделано из чесаной верблюжьей шерсти, на 40% - из шерсти ягнят, и шерстяные слои чередуются.

**Последний писк одеяльной моды** - постельные принадлежности "Термобаланс", разработанные немецкой фирмой Brinkhaus (ей, кстати, принадлежит и упомянутая марка Selecta). Имея за спиной полуторавековой опыт, она создала продукцию, которая не только обеспечивает идеальную среду для сна, но и благоприятно влияет на здоровье. Уникальность изделий "Термобаланс" заключается в функции контроля микроклимата. В одеяла с наполнителем из гусиного пуха наивысшего качества встраивается прослойка из материала PCM (Phase Change Material), разработанного NASA. "Одеяло астронавта" умеет поддерживать оптимальный температурный режим в зависимости от температуры тела спящего за счет хитро расположенных пуховых камер изделия, что значительно сокращает фазу беспокойного сна. Но это еще не все. Например, та же Brinkhaus предлагает эксклюзивные

одеяла из пуха гаги. Гагачий пух чрезвычайно сложно добыть. Гагачий пух ценен не только из-за дороговизны добычи. Перечислять волшебные свойства гагачьего одеяла можно долго. Один только тридцатилетний срок службы чего стоит - тут уж, действительно, и внукам может хватить.

Еще одна необычная новинка - одеяла с наполнителем Sea Cell Aktiv (от \$500). Этот материал представляет собой комбинацию волокна из целлюлозы эвкалиптового дерева и морских водорослей, ионизированных серебром. Ионы серебра придают одеялу антибактериальные свойства, а морские водоросли оказывают благоприятное воздействие на кожный покров спящего.

Поистине королевский покой можно обрести под одеялом "Лорд-Инлетт" марки Selecta (\$1000). Королевский статус изделию придают вышитый герб, тончайший египетский сатин, из которого сшиты чехлы, и крупный пух мазурийского гуся в качестве набивки. Все одеяла этой марки продаются в подарочной упаковке и снабжены сертификатом с сургучной печатью. "Лорд-Инлетт" пользуется огромным спросом у московской публики.

Очень легки и удобны одеяла из синтетических материалов. В придачу к синтепону пришли новые более совершенные волокна: уникорл, скайрон, фибер, теплин, эстрель. Производители утверждают, что специальная структура современных волокон позволяет изделиям надежно удерживать тепло и обеспечивать свободную циркуляцию воздуха.

Высокие технологии, присутствующие на рынке позволяют создавать изделия, максимально подходящие природе человека. Они обеспечивают высокую экологичность и эргономичность каждого продукта. У современного текстиля есть много полезных и удобных свойств, которые помогут сделать отдых человека наиболее комфортным.

Подушки также претерпели за последнее время массу изменений: вместо привычных квадратов появились прямоугольники и валики, внутрь кладут все - от гречишной лузги до сырья из десятка химических формул. В качестве наполнителей в них могут выступать экзотические природные материалы: шерсть годовалого детеныша верблюда, мериносной овцы, кашмирской козы, перуанской ламы и тибетского яка, волокно тутового шелкопряда, пух и перо серебристой пиренейской утки и арктической гаги.

Пожалуй, лучше всего с этим справляются подушки с искусственными пружинящими наполнителями. Неплохо это получается у шерстяных подушек, если в них волокно преобразовано в упругие колечки. Менее упруга пуховая подушка, особенно если неплотно набита. Однако повсеместно пока преобладают пухоперевые подушки.

Стоимость одеял и подушек зависит от того, из чего они сделаны: что за наполнитель, из чего состоит "конверт". Кроме того, одинаковое сырье может быть по-разному обработано - обычным способом или с применением более совершенных технологий. В зависимости от этого цены на подушку одного и того же размера с одним и тем же наполнителем (согласно наименованию) могут отличаться в несколько сотен рублей. Обычно наиболее дороги товары импортных поставщиков, тем более, если это солидные фирмы, давно работающие на рынке постельных принадлежностей.

Ассортимент постельных принадлежностей очень разнообразен и состоит из изделий для бытового использования и специализированной коллекции для гостиниц, пансионатов, санаториев-профилакториев, медицинских, военных и других учреждений.

Сегодня на отечественном рынке предлагается все разнообразие постельных принадлежностей: одеяла, подушки, постельное белье, пледы, покрывала, халаты, полотенца производства компаний России, Германии, Швейцарии, Англии, Франции, Италии. Ассортимент постоянно расширяется и обновляется в соответствии с современными тенденциями в мире постельных принадлежностей.

### 1.3.2 Столовое белье

Сейчас более 100 фирм и частных предпринимателей делают бизнес на производстве и закупках столового белья для точек общественного питания и отелей. Самые востребованные цвета столового белья — белый, бордовый, темно-синий и бежево-коричневый.

Выбор тканей для бизнеса — одно из главных условий успеха. Некоторые предприниматели предпочитают работать с импортными производителями, в частности, с испанскими SATI, Textiles Athenea, Anglatex, финской Finlayson, некоторые предпочитают российских, в частности ОАО «Трехгорная мануфактура». Импортные лен и хлопок гарантируют не только качество ткани, но и качество будущих изделий.

Импортные лен и хлопок почти в 10 раз дороже отечественных тканей. Именно поэтому европейские производители советуют пользоваться смесовыми тканями, которые и по своим качествам, и по цене наиболее устраивают потребителя.

### 1.3.3 Современные карнизы и светозащитные системы

Сегодня карнизы можно разделить на два вида: декоративные и функциональные. Декоративные карнизы самых разнообразных форм, размеров и изысканных решений представлены на российском рынке исключительно широко.

Достоинство функциональных карнизов и систем заключается в их универсальности. Они могут быть установлены в квартире, офисе, магазине, кафе и даже на театральной сцене. Изготовленные из легких сплавов по новым технологиям, карнизы принимают форму оконного проема или стены, практически растворяясь в пространстве помещения.

Огромную популярность в последние годы завоевали тканевые потолочные системы, работающие как от выключателя, так и от пульта дистанционного управления. Они широко используются во внутренних оранжереях, зимних садах, холлах и вестибюлях со стеклянными крышами.

Римские, французские и австрийские шторы с системой вертикального подъема в основном используются для оформления интерьеров гостиных, спален и кабинетов.

Для рабочих помещений очень удобны системы вертикальных жалюзи, панельных и роликовых штор. Эти системы бесшумны, просты и удобны в управлении; благодаря строгому и изысканному дизайну они часто используются в офисах.

Разнообразны и материалы, из которых изготавливают карнизы, но самыми распространенными по-прежнему считаются металл, дерево и пластик.

В последнее время российский потребитель все больше ориентируется на Евростандарт. Многие компании на рынке предлагают многофункциональные карнизы для стандартных и нестандартных окон любой сложности. Такие карнизы можно использовать для крепления ламбрекена, тяжелых штор с механизмом открывания (некоторые системы способны выдерживать шторы весом до 300 кг), а также для навески французских штор с вертикальным подъемом. К продаже предлагаются карнизы с электрическим механизмом, которые позволяют задвигать и раздвигать шторы с помощью пульта дистанционного управления или специально встроенной кнопки.

**Среди корпоративных клиентов спрос на карнизы для штор ограничен.** Это объясняется тем, что различные фирмы и организации придерживаются при оформлении интерьера помещений делового стиля с использованием жалюзи, а не штор. Использование жалюзи, по их мнению, соответствует требованиям евростандарта, в то время как, например, на Западе такого разделения нет.

На рынке компании-продавцы, в основном, занимаются продажей и установкой уже готовых к применению карнизов. Продажа многофункциональных карнизов влечет за собой дополнительные затраты на сборку, которая, в свою очередь, требует применения специального оборудования.

Рынок карнизов достаточно стабилен в том плане, что какие-то изменения этого рынка носят не ярко выраженный характер, порой и незаметный для потребителя. В то же время этот рынок достаточно динамичен, что выражается в различных изменениях форм карнизов, дизайнерских разработок, применении различных материалов (в том числе и различных сортов древесины и соответствующих покрытий).

На сегодняшний день **жалюзи** особенно активно **используются в офисных помещениях**, поскольку они значительно проще и надежнее в эксплуатации, чем шторы, а также соответствуют идее "функционального" офиса.

Так, например, если даже не брать в расчет жилую недвижимость, один только объем площадей офисных помещений класса А и В Москвы и Подмосковья вырос в 2004 году на 560 тыс. кв.м. Можно предположить, что фронт работы для продавцов жалюзи открывается весьма значительный!

Помимо формирования клиенткой базы и рекламы своих товаров, основной задачей компании является создание качественного сервиса. Потребитель будет оценивать услуги в первую очередь по оперативности и готовности согласовывать свою работу с его требованиями, впрочем, если предлагаете также ремонт, замену и допоставку жалюзи со скидкой, предложение от этого только выиграет.

### 1.4 Основные компании-игроки на рынке

В настоящее время в России функционируют более 200 компаний, представляющие профессиональные услуги в области декорирования интерьера и предоставления сопутствующей продукции. Постоянно пополняющийся список компаний можно найти на некоторых Интернет-ресурсах. В таблице 1.4а представлены основные игроки на российском рынке декоративных услуг, а также данные компании тем или иным способом рекламируют себя в сети Интернет (более подробная информация представлена в разделе Конкурентный анализ).

Таблица 1.4а

#### Компании-конкуренты на рынке штор для корпоративных клиентов

№	Название организации	Род деятельности
1.	ЗАО «Аннида»	5 лет на российском рынке. Производство полностью соответ-
2.		ка-аже зого л-нков ни-ра. Узбе-
3.		уже и скит-
4.	ООО «Сова - 1» 105203, Москва, ул.Первомайская, д.4	Работает на российском текстильном рынке более 7 лет и

Данные не предназначены  
для открытой публикации

т/ф. (495) 225-44-58 , (495) 221-04-64.  
<http://www.pakrivala.ru/>

является гарантом высококачественной продукции. Визитная карточка фабрики текстиля COBA - комплекты для гостиной (ковры, одеяла из шерсти и т.д.), широкий ассортимент

льное белье, установка окон с 1996 года более 600 видов карнизов, большую коллекцию тканей производства Италии, аксессуары к шторам и жалюзи и т.д.

рынке текстиля. Компания имеет собственную производственную базу и занимается изготовлением

нашего салона — текстильного дизайна до изготовления

текстильного декорирования помещений. Опытные дизайнеры могут предложить индивидуальный декор: шторы, римские шторы, жалюзи, пошив покрывал,

продукцию лучших европейских производителей.

качественный и индивидуальный, которые создадут уют в доме и офисе.

тор. Основана в 1997г. занимается оформлением текстиля для театров, киноконцертных

зданий, клубов, ресторанов, а также занимается декорированием интерьеров. Компания имеет большой выбор тканей, ковров, подборка тканей,

аксессуары (коллекция постельного белья)

изготовленных по дизайну, инновационных материалов по внешнему виду напоминающих натуральное дерево. Они удивительно прочные и долговечные.

Компания «GRANDECOR»

предметы разных стилей для оформления интерьера гостиных, ресторанов, декора загородных деревянных домов, коттеджей, отделки мебели для квартир.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

<http://www.grandecor.ru/>

**13. ООО "Альфа-Гарант"**

Производство, склад:  
170019, г. Тверь, Сахаровское ш., д. 9

Предлагает результат творческой и производственной деятельности дизайнеров, конструкторов и технологов нашего предприятия.

14.

15.

16.

17.

18.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

одства  
лекут  
от

ШИВ

и-  
тек-  
фаб-  
редла-  
ях

семя  
анию  
меще-

зака-

амых  
лек-

опы:  
WIN

бо-  
скве.

эктро-  
ые к

920-

Эксклюзивные ковры в стиле "hi-tech" и ковровин коммерческого назначения.

**19. Салон штор "Мариамтекс"**

Представляет шторы с ламбрекеном и подхватами с отдел-

8 (495) 771 56 48  
8 (495) 158 38 57

кой из бахромы на декоративных держателях.  
Предлагает широкий ассортимент аксессуаров для оформ-  
ления интерьера в стиле. Это могут быть: занавески, шторы



"Нахимовский Проспект")  
тел.: 105-05-18 (многоканальный)

рольставни и официальным партнером известнейший про-  
изводителей. Компания выполняет полный цикл работ, от

<http://www.svrus.ru/>

расчета и подбора изделий до оптовой и розничной реализации, а также монтаж "под ключ" любой сложности, гаран-

27.

28.

29.

30.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

31.

32.

[www.avangardtex.ru](http://www.avangardtex.ru)

– мебельно-декоративные ткани (гобелены, твид, плюш с разрезным ворсом и изделия из них);

- легкие ткани (шотландка, вафельное полотно, тик, бязь, фуле...);
- махровые изделия (полотенца, простыни, ткани, сал-

33.

34.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

35.

36.

37.

"ASDizart"  
Тел. 518-67-40 | 778-90-26

комплекс услуг от выезда дизайнера к Заказчику, проведе-  
ния замеров и разработки эскизов штор до установки кар-

<http://www.asdizart.ru/>

низов и развешивания готовой продукции. Шторы на заказ

38.

39.

40.

41.

42.

43.

44.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

45. **Дизайн-студия «Авантаж»** се, рулонных штор.  
Ткани со всего мира, карнизы, жалюзи, шторы, покрывала,

Телефон: 8(495) 256-95-28, 8(495) 509-32-32

подушки. На Ваш выбор представлены портьерные ткани из Америки, Англии, Бельгии, Голландии, Италии, Испании,

46

47

48

49

50

51

52

53

Данные не предназначены  
для открытой публикации

54. Компания «Redsun»

Основные направления деятельности - производство и ус-

Информационное Агентство «Трейд.Су»

(495) 727-28-62 [www.ia-trade.su](http://www.ia-trade.su)

Передовые решения в области электронной торговли и продвижения компаний на корпоративном рынке

г. Москва, ул. Балтийская, д. 15, оф. 712 тановка солнцезащитных и карнизных систем, экранов для

55.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

56.

57.

58.

д. 44 стр.1 и 5.

ных систем горизонтальных и вертикальных жалюзи, ру-

Тел./факс: (495) 787-9-787, (495) 787-9- лонных, roll-up и романских штор;

59.

60.

61.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

62.

63.

-Деревянные жалюзи с электроприводом.

64.

65.

66.

67.

68.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

69.

70.

71.

72.

фетками, карнизами, рулонными шторами, шторами плиссе,  
а также с пошивом постельного белья по индивидуальному

73. С  
Д  
С  
С  
Т  
(8  
[ht](#)

74. П  
М  
г.  
Ба  
(4  
те  
[ht](#)

75. К  
15  
О  
У  
Т  
34  
С  
У  
Т  
е-  
[w](#)

Данные не предназначены  
для открытой публикации

76. К  
34  
Р  
ул  
те  
е-  
[w](#)  
[v](#)  
34  
Р  
г.  
те

77. К  
(4  
[ht](#)

78. О  
15  
+

которых, используются лучшие современные наполнители и  
широкий ассортимент качественных х\б тканей, производ-

ства России, Турции, Китая, Пакистана и др.

79.

80.

81.

82.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

83.

84.

наматрасники, скатерти.

85. **Г** ~~Городок Паруса~~ ~~Иркутск~~

Г.  
Га

•

•

[ht](#)

86. **И**

На

12

ул

(п

Те

[ht](#)

87. **К**

12

д.

Те

+7

8-

[ht](#)

88. **С**

Те

[ht](#)

89. **С**

Мо

Ф

те

[ht](#)

90. **К**

На

ле

20

[ht](#)

91. **О**

12

ул

Те

Те

[ht](#)

92. **С**

ст

Мо

(4

(4

[ht](#)

93. **О**

те

те

[ht](#)

94. **С**

Данные не предназначены  
для открытой публикации

	Москва 3-й Автозаводский пр. д. 4	Шторы, портьеры, гардины, лёгкие занавеси из тюля, ор
95.		
96.		
97.		
98.		
99.		
100.	<b>Фирма «Катрис»</b>	Работает в Санкт-Петербурге с 1995 года и занимает веду-

Данные не предназначены  
для открытой публикации

	Санкт-Петербург, улица Малая Монет	иные позиции в сфере комплексного дизайна интерьера и
101.		
102.		
103.		
104.		
105.		
106.	<b>Студия текстильного дизайна Room-</b>	Профессиональные дизайнеры разработают для Вас уни-

Данные не предназначены  
для открытой публикации

<p>Art <a href="#">http://</a> тел 50</p>	
<p>107. Салон салон (495) (495) (495) г. Мос <a href="#">http://</a></p>	
<p>108. Салон г. Мос (095) 5 (095) 7 <a href="#">http://</a></p>	
<p>109. Салон Тел. 77 <a href="#">http://</a></p>	
<p>110. Line D Москва тел. 8 тел/фа <a href="#">http://</a></p>	<p style="text-align: center;">Данные не предназначены для открытой публикации</p>
<p>111. Студи Москва СИТИ" ст. М. Телеф <a href="#">http://</a></p>	
<p>112. Компа ул. Садовая -Черногрязская д.13/3. (Через</p>	

ар во ня те <a href="#">ht</a>	
113. К <a href="#">ht</a> О Т Ф М	
114. <a href="#">ht</a> <a href="#">.P</a>	
115. Д А ул (4 (4 <a href="#">ht</a>	Данные не предназначены для открытой публикации
116. С А ст ре Т н <a href="#">ht</a>	
117. С м С Т З (0 <a href="#">ht</a>	
118. К М ск Т Ф <a href="#">http://www.ia-trade.ru/</a>	

### 1.5 Анализ потребления

Заказчиков можно разделить на две категории: частные и корпоративные. Наибольший интерес представляют корпоративные клиенты. Частники заказывают дизайн квартир или коттеджей, корпоративные клиенты, как правило, — офисов, магазинов, дискотек, ресторанов, гостиниц.

На основании данных Росстата **потребление тканей** в России увеличивается. Только за 2005 год текстиля и изделий из него было реализовано на 8 млрд. долларов. И рынок растет, причем существенно, на 10–15% ежегодно. По оценкам экспертов, к 2010 году рынок товаров легкой промышленности увеличится в 2,3 раза и составит 3,4 трлн. рублей.

## 1.6 Тенденции рынка

С учетом постоянного устойчивого спроса населения на товары легкой промышленности, рост продаж в бли...

Перспе...

- то...
- од...
- ра...
- то...

В блих  
прежнему емк  
вых фирм.

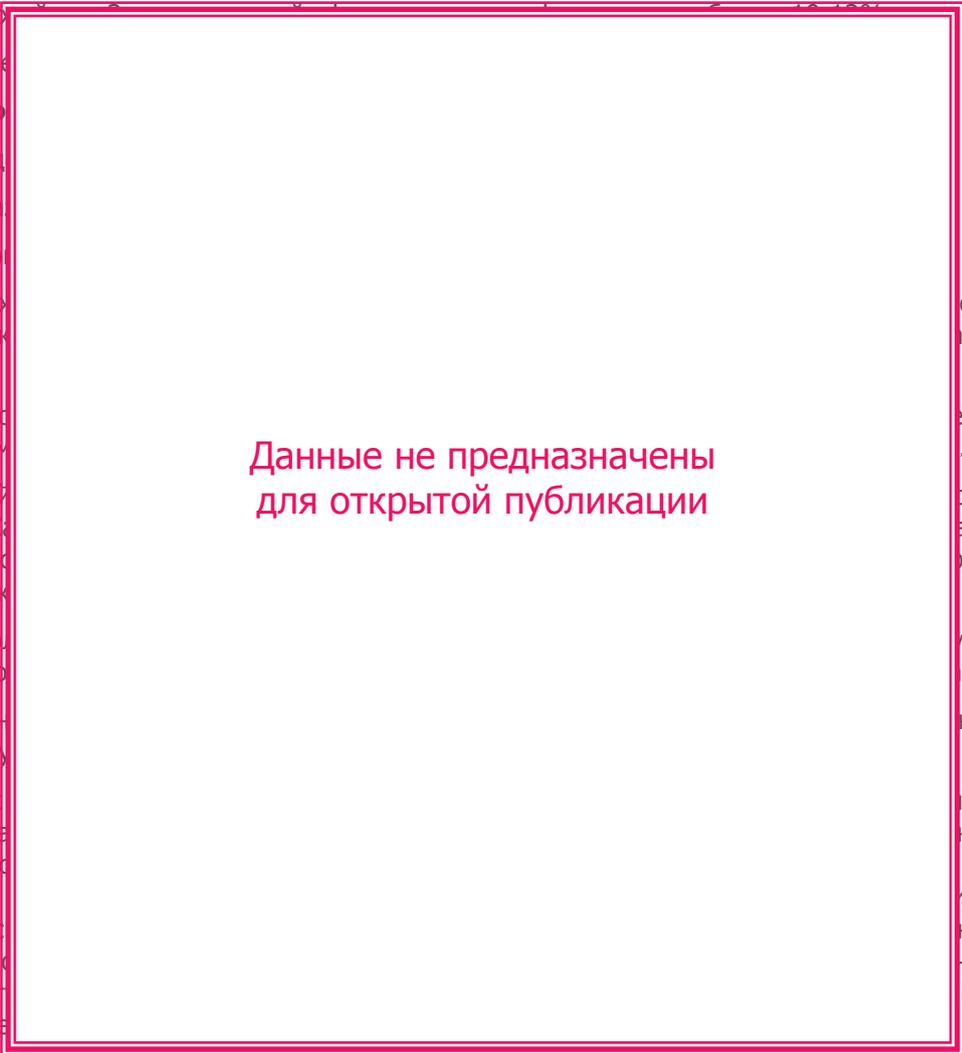
Годово  
м, в денежном

Общий  
\$9,02 млрд. С  
мические вол  
дирует хлопок

Наибо  
ней. Хлопчат

Участн  
мире практик

Рынок  
достаточно ка  
ленности. Не  
Турция, ОАЭ,  
лишь 10% ос  
незначительн  
связано с сит  
числе и комм



одукции. По  
ров и торго

2,5 млн. кв.  
в год.

рд., экспорт -  
злее идут хи  
та также ли

умажных тка  
70%.

нями во всем

насыщается  
кой промыш  
убывающей:  
йский рынок  
не является  
ной отрасли  
ности, в том

## Часть 2

# Анализ продукции



Компания	Наименование продукции	Размеры		Цена для оптовых продаж руб.
		длина	ширина	
	Скатерть смесовые ткани пр-во	160	240	От550- 900

Li				
De				
О				
ре				
Д				
Л				
	Салфетка100% п/э, со свойст-	400x400мм		75

Данные не предназначены  
для открытой публикации

Компания	Наименование продукции	Размеры		Цена для оптовых продаж руб.
		длина	ширина	
	вами хлопка.США			
<p>Со</p> <p>Данные не предназначены для открытой публикации</p> <p>Од</p>				
	Полотенца махровые 450м2/м2	70x140		190

Компания	Наименование продукции	Размеры		Цена для оптовых продаж руб.
		длина	ширина	
	Длинная петля 16/1			
	Полотенца махровые 4502/м2	30x50		40
<p>Данные не предназначены для открытой публикации</p>				
	Салфетка 50% хлопок. 50%	88x88		От 249 до 269

Компания	Наименование продукции	Размеры		Цена для оптовых продаж руб.
		длина	ширина	
К Ш	Данные не предназначены для открытой публикации			
	пок 100%	190x220		607-00
	Простыня «Дамаск» хлопок 100%	156x250 245x250		257-00 403-00

## Часть 3

# Конкурентный анализ

## 1. Анализ продвижения в Интернете

Сбыт продукции – одно из необходимых условий для успешного существования любой торговой организации. Поэтому компании уделяют большое внимание своей маркетинговой деятельности. Очевидно, что в сегодняшней атмосфере постоянно усиливающейся конкуренции, вопросы сбыта продукции и рационального использования инструментов, гарантированно его обеспечивающих, выходят по значимости на первое место.

Существует значительное количество способов увеличения продаж, привлечения новых клиентов, расширения рынков сбыта. В настоящее время одним из основных способов становится активное и широкое задействование возможностей сети Интернет. Разнообразные Интернет-ресурсы (поисковые системы, отраслевые порталы, контекстная реклама, и т.д.) все чаще выбираются как самые доступные и (что не менее важно) гарантирующие широкий охват потенциальной аудитории инструменты.

Целью проведения данного анализа является рассмотрение в основном наиболее активных игроков рынка, методов, которые они используют при продвижении своей продукции и брендов, а также краткая оценка эффективности проводимых ими мероприятий.

Анализ будет проводиться последовательно, для чего будут рассмотрены:

- перечень наиболее популярных запросов по интерьерной тематике в поисковых системах Yandex и Rambler
- использование производителями текстильной продукции наиболее популярных запросов для проведения контекстной рекламы
- состояние корпоративных Интернет-ресурсов и выполнение ими основных функций – представительской, рекламной, информационной, торговой и коммуникативной
- интенсивность размещения информации о компаниях в поисковых системах

Очевидно, что исходными данными для работы будут являться следующие параметры:

- Исследуемая продукция – **предметы интерьера** (шторы, постельное и столовое белье, карнизы, системы солнцезащиты)
- Исследуемый тип организаций – **производители**
- Исследуемый регион – **Российская Федерация**
- 

В ходе исследования будут рассмотрены сайты следующих организаций: ООО «ШАРМ М», ООО «Ковакс», ООО «ОДЭЛЛА-Стиль», Декор-студия «Orange City», «Decortex», «Line Decor», «Интердекор», ООО «Веренд», ООО «Сова-Т», ООО «Альфа-Гарант».

### 3.1. Статистика запросов по ключевым словам в поисковых системах\*

Таблица 3.1a

#### Наиболее популярные запросы по интерьерной тематике в поисковых системах Yandex и Rambler (по состоянию на июнь 2007 года)

Запрашиваемая продукция или услуги	Yandex	Rambler
Шторы	61 586	80 937
Жалюзи	34 530	25 035
Подушки	30 222	19 038
Постельное белье	23 303	13 567
Салфетки	13 373	7 697
Полотенца	10 637	11 023
Покрывала	6 832	5 414
Скатерти	5 508	6 334
Шторы дизайн	4 466	5 349
Шторы пошив	3 264	3 956
Рулонные шторы	2 311	1 783
Римские шторы	2 183	2 160
Шторы карнизы	1 981	2 515
Салон штор	1 634	1 227

\* Обращаем Ваше внимание на то, что в данном исследовании учитывались рекламные кампании, которые проводились в период проведения исследования

**Рекомендуемые для размещения по контекстной рекламе словосочетания\***

Таблица 3.2а

Запрашиваемая продукция или услуги	Yandex	Rambler
Данные не предназначены для открытой публикации		1 814
		7 224
		4 045
		2 083
		3 881
		1 780
		1 814
		СВЯ-

### 3.2. Контекстная реклама

Для оценки контекстной рекламы, используемой рассматриваемыми производителями текстильной продукции, целесообразно составить таблицу, отображающую наиболее популярные запросы в поисковых системах, и в ней отметить слова или словосочетания, по которым рассматриваемые компании-конкуренты размещают контекстную рекламу.

Таблица 3.26

**Размещение контекстной рекламы  
основными конкурентами  
по наиболее популярным запросам**

	Шторы	Постельное белье	Столовое белье	Жалюзи	Салон штор	Карнизы
ООО «ЦАРМ М»						
ООО						
ООО						
Деко City»						
«Deco						
«Line						
«Инт						
ООО						
ООО						

Данные не предназначены для открытой публикации

ООО «Альфа-Гарант»	нет	нет	нет	нет	нет	нет
--------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Анализ составленной таблицы наглядно выявил:

- Из р
- Наиб
- Комп  
(Москва)

Данные не предназначены  
для открытой публикации

Веренд»);  
 ния, - «DECOLUX»  
 аний только одна  
 кламу, поскольку  
 ет-ресурс той или  
 в правой стороне  
 е создания собст-

### 3.3. Состояние корпоративных Интернет-ресурсов и выполнение ими основных функций – представительской, рекламной, информационной, торговой и коммуникативной

Таблица 3.3а

#### Анализ Интернет-ресурсов основных конкурентов

Название организации	Позиционирование	Комментарии
<p><b>ООО «ШАРМ М»</b></p> <p>Россия: 125434, г. Москва Митинская, ул. д.44</p> <p>Тел/факс: +7 (495) 751-57-57</p> <p>E-mail: <a href="mailto:info@sharmm.ru">info@sharmm.ru</a></p> <p><a href="http://www.sharmm.ru">http://www.sharmm.ru/</a></p> <p>Статистика посещений сайта закрыта</p>	<p>Своим важным конкурентным преимуществом компания называет разумные цены, которые устанавливаются благодаря прямым поставкам продукции с заводов-производителей.</p> <p>Клиентам «Шарм-М» предлагается дополнительный сервис – размер, транспортировка, монтаж карнизов, навеска и влажно-тепловая обработка текстильных предметов интерьера.</p> <p>Широкий ассортимент качественной продукции, по словам специалистов компании, главный приоритет в работе.</p> <p>Среди клиентов «Шарм- М» - гостиницы «Президент-Отель», «Балчуг-Кемпински», «Редиссон Славянская», рестораны «Савой», «Арбат», «Цезарь», компания «Аэрофлот – Российские авиалинии», дома отдыха «Шереметьевский», «Планерное», пансионаты «Рублево – Успенский ЛОК » и др.</p>	<p>Сайт «Шарм-М» изобилует изображениями продукции, кроме того, посетителям предлагается для более подробного ознакомления с компанией скачать ее презентацию.</p> <p>Стоит отметить, что насыщенная визуальная составляющая способствует лучшему представлению потребителя о товаре.</p> <p>Наряду с очевидными достоинствами у сайта есть и ощутимые недостатки. Так, в горизонтальном меню не открывается ни одна из подрубрик, кроме «Контакты». Поэтому невозможно прочитать, например, об интерьере номеров и пространства или узнать о производственных вехах в истории компании. Возможно, это какие-то временные неполадки на ресурсе, а возможно – сайту не уделяется достаточно внимания, он не поддерживается в надлежащем виде.</p> <p>Другая особенность Интернет-ресурса «Шарм-М» в том, что один и тот же текст о компании отображается при переходе по ссылке из разных рубрик. Допустим, посетитель выбирает разделы «Новости», «О нас пишут», «Наш салон», «Достижения». В результате он все время будет попадать на страницу, где кратко рассказывается о деятельности организации. Многообразие рубрик при несоответствующем количестве страниц может только запутать потенциальных потребителей продукции, поэтому будет сведено на нет положительное впечатление о внешнем виде сайта.</p> <p>При некоторых допущенных недоработках стоит отметить, что контактная информация о компании размещается так, чтобы посетители могли ее отовсюду увидеть (то есть внизу страницы под каждой «открывающейся» рубрикой).</p> <p>Таким образом, на Интернет-ресурсе ввиду некоторых технических особенностей отсутствуют новости, каталог продукции, прайс-листы. Этот недостаток восполняется подробной контактной информацией, в которой посетителям подробно рассказывается, как можно связаться с компанией.</p>

Название организации	Позиционирование	Комментарии
		<b>Резюме:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Удобство поиска информации – 2 балла</b></li> <li>• <b>Информационная наполняемость – 2 балла</b></li> <li>• <b>Обновляемость информации – 1 балла</b></li> <li>• <b>Дизайн сайта – 5 баллов</b></li> </ul>
<b>ООО «Корпоративные Решения»</b> Адрес: 105080, Москва, ул. Мясницкая, д. 18/10, пом. 100 Тел./факс: (495) 727-28-62 E-mail: <a href="mailto:corporate@ia-trade.ru">corporate@ia-trade.ru</a> <a href="http://www.ia-trade.ru">http://www.ia-trade.ru</a> Статистика	<p>Данные не предназначены для открытой публикации</p>	в са- сети- ции.  тиму- ожно дних лений я от-  звать  зыва-  ство- ком- низа-  ржно- ания  ми и ного деть  товар лицом.

Название организации	Позиционирование	Комментарии
<p><b>«Одэлла»</b>            Адрес: 109            Нижние по            Телефон:            E-mail: <a href="mailto:info@odella.ru">info@odella.ru</a>  <a href="http://www.odella.ru">http://www.odella.ru</a>            Статистика</p>	<p>Данные не предназначены            для открытой публикации</p>	<p><b>Резюме:</b></p> <p>основных            «Кон-            снижает            октябрем            уется та            продук-            лько по            органи-            ые сати-            сайта, а            и, делая            потенци-            алиста-            тога.            об орга-            ма про-</p>

Название организации	Позиционирование	Комментарии
<p><b>Декор-студия</b>            Адрес: Москва            Тел./факс: +7 (495) 727-28-62            E-mail: <a href="mailto:orange@ia-trade.ru">orange@ia-trade.ru</a>  <a href="http://www.ia-trade.ru">http://www.ia-trade.ru</a>            Статистика посещений</p>		<p>задействования пространства – как в рубриках, так и в визуальном оформлении (по сравнению с сайтами конкурентов). К недостаткам можно отнести наличие неработающих ссылок (например, в кар-</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">Данные не предназначены для открытой публикации</p>

Название организации	Позиционирование	Комментарии
<p>«Decortex»</p> <p>Адрес: 124 г. Зеленоград</p> <p>Тел.: +7 (495)</p> <p>E-mail: <a href="mailto:info@decortex.ru">info@decortex.ru</a></p> <p><a href="http://decortex.ru">http://decortex.ru</a></p> <p>Статистика по нищ за послед</p>		<p>продукции).</p> <p><b>Резюме:</b></p> <p>ком- звной про- ям о ениях эгист- учает окра- кции могут . Та- пора- жно- калю- весь- , кто то на во и</p>

Данные не предназначены  
для открытой публикации

Название организации	Позиционирование	Комментарии
<p><b>«Line Decor»</b></p> <p>Адрес: Москва, к.1            Тел/факс: +7 (495) 727-28-62            E-mail: <a href="mailto:info@linedecor.ru">info@linedecor.ru</a>  <a href="http://www.linedecor.ru">http://www.linedecor.ru</a></p> <p>Статистика посещений за последние 30 дней</p>		<p>основные детали), что, кстати, не всегда присутствует на Интернет-ресурсах компаний-конкурентов.</p> <p>В оформлении сайта использованы, как уже говорилось выше, качественные материалы.</p>

Данные не предназначены  
 для открытой публикации

Название организации	Позиционирование	Комментарии
		бителей сложилось четкое представление о нужной им продукции. <b>Резюме:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Удобство поиска информации – 5 баллов</b></li></ul>

**«Интердекор»**

Адрес: г. Москва,  
Тел.: +7 (495) 101-  
Санкт-Петербург  
Стахановцев,14,к.1,  
Тел.: +7 (812) 444-

<http://www.skaterty.ru>  
посещений сайта -  
ние 30 дней

Данные не предназначены  
для открытой публикации

Название организации	Позиционирование	Комментарии
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обновляемость информации – 1 балл</li> <li>• Дизайн сайта – 5 баллов</li> </ul>

ООО «ВЕРЕНД»

«Веренд» предлагает бесплатный выезд к заказчику (по Москве) –

Первое, что особенно обращает на себя внимание динамика сай-

 Адрес:  
 9, этаж  
 Тел.: +  
 E-mail:  
<http://www.verend.ru>  
 Статистика  
 телей з

Данные не предназначены для открытой публикации

 информации,  
 отся самой  
 организаций-  
 зния сбыта  
 в рассказы-  
 июня 2007  
 ормация и  
 казывается  
 ер и уста-  
 в, что ком-  
 нашло от-  
 мации, где  
 жция).  
 зском уров-  
 ели смогут  
 ыбрать по-

Название организации	Позиционирование	Комментарии
<p>ООО «Сол...» Москва, ул... Тел./факс... E-mail: <a href="mailto:info@belyaev.ru">info@belyaev.ru</a> <a href="http://belyaev.ru">http://belyaev.ru</a></p> <p>Статистика теля за по...</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">Данные не предназначены для открытой публикации</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Информационная наполняемость – 3 балла</li> </ul> <p>который в в гори-</p> <p>т с опто- ваться ус- ся товар.</p> <p>ий сюда способст-</p> <p>ой тема-</p> <p>ьной со- эле «Ин- с», «ле-</p> <p>то дела-</p>

Название организации	Позиционирование	Комментарии
<p>ООО «Ал...»</p> <p>170019, ...</p> <p>Тел.: ...</p> <p>E-mail: <a href="mailto:inf@...">inf@...</a></p> <p><a href="http://www...">http://www...</a></p> <p>Статистика за послед...</p>	<p>Данные не предназначены для открытой публикации</p>	<p>ная по- вана по «Альфа- Пледы», ему по- анностях «Ткани</p> <p>предста- тельных алистов одукции</p> <p>змещает</p> <p>р делает ложени-</p> <p>ель, со-</p> <p>нии дуб-</p> <p>(красно- и.</p> <p>• <b>Дизайн сайта – 4,5 балла</b></p>

Таким образом, можно отметить следующее:

- Права на товар необходимо...
- На сайте...
- Основными причинами (скидки, скидки, скидки)...
- Одним из способов можно было бы «вакс».

Данные не предназначены  
для открытой публикации

### 3.4. Продвижение в поисковых системах

**Информация об ООО «ШАРМ М»** встречается на различных отраслевых ресурсах по мебели, интерьеру и строительству, в пресс-релизах, электронных справочниках, коммерческих досках объявлений (около 60 ссылок): [www.kupimebel.ru](http://www.kupimebel.ru), [cfo.allbusiness.ru](http://cfo.allbusiness.ru), [www.textilemarket.ru](http://www.textilemarket.ru), [www.inmag.ru](http://www.inmag.ru), [www.rosdr.ru](http://www.rosdr.ru), [www.firminfo.ru](http://www.firminfo.ru), [www.naididom.ru](http://www.naididom.ru), [e-legprom.ru](http://e-legprom.ru), [market.rin.ru](http://market.rin.ru), [www.press-release.ru](http://www.press-release.ru), [www.neodecor.ru](http://www.neodecor.ru), [events.inthepress.ru](http://events.inthepress.ru), [www.spravochnik.ru](http://www.spravochnik.ru), [www.kupleno.ru](http://www.kupleno.ru), [kommersanty.ru](http://kommersanty.ru) и др. Стоит отметить, что даже при наборе точного названия компании поисковые системы отображают множество лишней информации – сказывается распространенность названия. В связи с этим ссылка на сайт организации отображается лишь на второй странице поиска.

Компанию невозможно найти в пределах как минимум первых десяти страниц поиска (слова «шторы», «карнизы», «столовое белье», «жалюзи»). Это свиде-

тельствует о том, что информация о компании «ШАРМ М» в Интернете...

Данные не предназначены  
для открытой публикации

Информация о компании «ШАРМ М» (ссылка): [www.kpb.ru](http://www.kpb.ru) (количество ссылок):

ством ненужной информации (фирмы с таким же названием, доски объявлений о поиске работы). К этим сложностям добавляется еще и то, что ссылка на сайт «Ков

Но к  
ресу  
сти И  
ния (

**Инф**  
лок)  
[mebe](#)

Ссыл  
врем  
посе  
лей И

**Инф**  
ятий,  
[www](#)  
[www](#)

Ссыл  
лье,  
что с

**Инф**  
[comp](#)  
[tovar](#)

Данные не предназначены  
для открытой публикации

-  
можно-  
азва-

ссы-  
[.vip-](#)

много  
ют те  
зовате-

при-

ое бе-  
тросу,

[a.co,](#)  
[mir-](#)

Ссылка на сайт компании отображается на второй странице поиска. Компания в настоящий момент не использует Интернет для продвижения своей продукции: web-адрес «Decortex» не встречается как минимум в пределах 10 страниц поисковых систем. Возможно, что, учитывая постоянно растущую конкуренцию на рынке ведущих

**О «Lin**  
[www.ko](http://www.ko)  
Однако  
Используй  
точники  
тов, а в

**Инфор**  
лений (  
[www.bu](http://www.bu)  
[www.al](http://www.al)  
отобра  
прос, у  
лее общ

**Инфор**  
ленные  
[www.sh](http://www.sh)  
[www.in](http://www.in)

Ссылка  
ся в Ин

Данные не предназначены  
для открытой публикации

меню. Итак, в качестве продвижения в Интернете компания выбрала не поисковые системы, а контекстную рекламу, что, в принципе, сводится к одному положительному результату – привлечение новых клиентов.

**Информация**  
легкой про  
[www.com](http://www.com)  
[doska.nma](http://doska.nma)  
[info.ru](http://info.ru) и п  
ется на 4  
который 6  
ресурсы С

**Информация**  
([cfo.allbusi](http://cfo.allbusi))  
Ссылка на  
различног  
тельным. К  
ссылка на  
ность того  
– Твери –

Таким обр  
че размещ  
вочники. н  
имени зна  
рии). Сюда

**Информация**  
Передовые решения в области электронной торговли и продвижения компании на корпоративном рынке

Данные не предназначены  
для открытой публикации

то  
э-  
ть,  
)  
и-  
ту  
е  
а-  
э-  
о-  
о-  
т

низаций ровно половина активно задействует поисковые системы. Однако не стоит исключать и того, что остальные компании рано или поздно войдут в ряды «продвигающихся» в Интернете. Причина та же – постоянно растущая конкуренция, которая заставляет участников рынка изобретать все новые способы привлечения клиентов. Возможности всемирной Сети и ее особенности (широкий охват, интерактивность, оперативность, доступность) позволяют воплощать на практике различные сбытовые стратегии, что служит залогом активности компаний. А значит, те предприятия, которые сегодня не проявляют интереса к Сетевым ресурсам, уже завтра могут стать их постоянными пользователями.

Итак, проведенное исследование по продвижению компаний в Интернете позволило выявить следующие тенденции:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

онета;

редложе-

ьных по-

## Часть 4

# Анализ спроса

Архив проведенных тендеров на продукцию для декорирования помещений находится в прилагаемой к отчету папке «Архив тендеров».

В результате поиска по базе тендеров за период с января 2003 по июнь 2007 года обнаружено:

