РОССИЙСКИЙ РЫНОК СОЛЯРИЕВ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

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

Дата выпуска отчета:
июнь 2009 г.

г. Москва

Содержание

Аннотация 5

Полное содержание исследования 6

Список диаграмм 8

Список таблиц 9

Список схем 9

Выдержки из исследования 10

Описание отрасли 10

Текущая ситуация в отрасли 10

требования к соляриям 10

География формирования рынка 10

Факторы, влияющие на отрасль 10

Тенденции развития отрасли 10

Общественные организации на рынке 11

Описание влияющих Рынков 11

Автозагары 11

Сезонность рынка загара 11

Описание смежных Рынков 12

Рынок салонов красоты 12

Рынок спа (spa) салонов 12

Фитнес-центры 12

Сегментация и структура Рынка 13

Определение продукции 13

… 13

Сегментация по типу 13

Сегментация по типу излучения ламп 14

Лампы для соляриев 14

Сегментация косметических средств для соляриев 15

Сегментация по географическому признаку 15

Ценовое сегментирование услуги 15

Ценовое сегментирование товара 15

Основные количественные характеристики Рынка 16

Объем рынка в натуральном выражении 16

Объем рынка в денежном выражении 17

Ёмкость Рынка 18

Темпы роста Рынка 18

Влияние сезонности на Рынок 18

Сбытовая структура Рынка 19

Цепочка движения товара 19

Краткое описание основных сегментов участников Рынка 19

Производители 19

Поставщики 19

Розничный сектор 19

Основные игроки рынка 19

Тенденции Рынка 19

Импорт, экспорт и производство на Рынке 20

Импорт продукции 20

Объемы импорта 20

Экспорт продукции 22

Соотношение объемов импорта и экспорта 22

Основные тенденции в структуре импорта-экспорта 22

Отечественное производство 22

Конкурентный анализ 23

Конкуренция между крупнейшими производителями Рынка 23

Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний-производителей 23

Сравнительная характеристика крупнейших производителей 23

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями 23

Конкуренция между крупнейшими поставщиками 23

Описание профилей крупнейших компаний-поставщиков 23

Сравнительная характеристика крупнейших поставщиков 24

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими поставщиками 24
Резюме 24

Конкуренция игроков розничного сектора 25
Описание крупнейших игроков розничного сектора 25
Сравнительная характеристика розничного сектора 25
Тенденции в направлении конкуренции владельцев бизнеса по предоставлению услуг искусственного загара 25
… 25
Резюме 25

Конкуренция между основными сетевыми соляриями 25
Описание профилей крупнейших сетевый солнечных студий и салонов 25
Сравнительная характеристика крупнейших сетевый солнечных студий и салонов 25

Анализ потребителей **27**

Описание потребителей 27
Рынок B2B 27
Рынок B2C 27
Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов 27

Основные виды рекламной активности 27

Основные тенденции в потребительском сегменте 27

Правовое регулирование и сертификация отрасли 27

Аннотация

Цель исследования**: анализ текущей ситуации на рынке соляриев в России.**

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение основных количественных характеристик Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок

Кол-во страниц: 103 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 12 диаграмм, 22 таблицы, 1 схема

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	Введение			6
2	Методологическая часть			7
	2.1	Описание типа исследования		7
	2.2	Объект исследования		7
	2.3	Цели и задачи исследования		7
	2.4	География исследования		7
	2.5	Время проведения исследования		7
	2.6	Методы сбора данных		7
3	Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок			9
	3.1	Общеэкономическая ситуация в России		9
		3.1.1	Динамика валового внутреннего продукта. Промышленное производство	9
		3.1.2	Уровень инфляции	11
		3.1.3	Уровень доходов населения	12
		3.1.4	Розничная торговля	14
		3.1.5	Уровень безработицы	15
	3.2	Описание отрасли		16
		3.2.1	Текущая ситуация в отрасли	16
		3.2.2	требования к соляриям	17
		3.2.3	География формирования рынка	18
		3.2.4	Факторы, влияющие на отрасль	18
		3.2.5	Тенденции развития отрасли	19
	3.3	Общественные организации на рынке		19
	3.4	Описание влияющих Рынков		20
		3.4.1	Автозагары	21
	3.5	Сезонность рынка загара		23
	3.6	Описание смежных Рынков		24
		3.6.1	Рынок салонов красоты	24
		3.6.2	Рынок спа (spa) салонов	26
		3.6.3	Фитнес-центры	27
4	Сегментация и структура Рынка			29
	4.1	Определение продукции		29
		4.1.1	Сегментация по типу	30
		4.1.2	Сегментация по типу излучения ламп	32
	4.2	Лампы для соляриев		33
		4.2.1	Сегментация косметических средств для соляриев	34
		4.2.2	Сегментация по географическому признаку	36
		4.2.3	Ценовое сегментирование услуги	37
		4.2.4	Ценовое сегментирование товара	38
	4.3	Тенденции в различных сегментах Продукции		39
5	Основные количественные характеристики Рынка			40
	5.1	Объем рынка в натуральном выражении		40

	5.2	Объем рынка в денежном выражении		41
	5.3	Ёмкость Рынка		42
	5.4	Темпы роста Рынка		42
	5.5	Влияние сезонности на Рынок		43
6	Сбытовая структура Рынка			44
	6.1	Цепочка движения товара		44
	6.2	Краткое описание основных сегментов участников Рынка		45
		6.2.1	Производители	45
		6.2.2	Поставщики	47
		6.2.3	Розничный сектор	47
		6.2.4	Основные игроки рынка	48
	6.3	Тенденции Рынка		49
7	Импорт, экспорт и производство на Рынке			51
	7.1	Импорт продукции		51
		7.1.1	Объемы импорта	51
	7.2	Экспорт продукции		55
		7.2.1	Объемы экспорта	55
		7.2.2	Соотношение объемов импорта и экспорта	56
	7.3	Основные тенденции в структуре импорта-экспорта		56
	7.4	Отечественное производство		56
8	Конкурентный анализ			58
	8.1	Конкуренция между крупнейшими производителями Рынка		58
		8.1.1	Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний-производителей	60
		8.1.2	Сравнительная характеристика крупнейших производителей	60
		8.1.3	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	63
	8.2	Конкуренция между крупнейшими поставщиками		64
		8.2.1	Описание профилей крупнейших компаний-поставщиков	64
		8.2.2	Eurosun	65
		8.2.3	Magic Sun	66
		8.2.4	Super Zagar	70
		8.2.5	SunLux	72
		8.2.6	Солана-Энерджи	76
		8.2.7	Сравнительная характеристика крупнейших поставщиков	80
		8.2.8	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими поставщиками	81
		8.2.9	Резюме	82
	8.3	Конкуренция игроков розничного сектора		82
		8.3.1	Описание крупнейших игроков розничного сектора	82
		8.3.2	Сравнительная характеристика розничного сектора	83
		8.3.3	Тенденции в направлении конкуренции владельцев бизнеса по предоставлению услуг искусственного загара	86

		8.3.4	Резюме	86
	8.4	Конкуренция между основными сетевыми соляриями		86
		8.4.1	Описание профилей крупнейших сетевый солнечных студий и салонов	87
		8.4.2	Сравнительная характеристика крупнейших сетевый солнечных студий и салонов	87
9	Анализ потребителей			90
	9.1	Описание потребителей		90
		9.1.1	Рынок B2B	90
		9.1.2	Рынок B2C	90
		9.1.3	Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов	90
		9.1.4	Сегмент женщин	91
		9.1.5	Сегмент мужчин	91
		9.1.6	Сегмент подростков	91
	9.2	Основные виды рекламной активности		92
	9.3	Основные тенденции в потребительском сегменте		95
	9.4	Правовое регулирование и сертификация отрасли		95
10	Обобщающие выводы и рекомендации			97
	10.1	Факторы, благоприятствующие развитию Рынка		97
	10.2	Факторы, сдерживающие развитие Рынка		97
	10.3	Анализ рисков		97
		10.3.1	Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков	97
11	Общие выводы по отчету			100
12	Приложение 1.			102
	12.1	Перечень требований, предъявляемых к помещениям, в которых устанавливаются профессиональные солярии		102

Список диаграмм

Диаграмма 1. Динамика объема ВВП, прирост, в % к предыдущему году
Диаграмма 2. Уровень инфляции 2003 – 2009 (прогноз) гг., %
Диаграмма 3. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, тыс. руб.
Диаграмма 4. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, % к соответствующему периоду предыдущего года
Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, млрд. руб.
Диаграмма 6. Динамика численности безработных в 2008 году (с сентября – оценка), тыс. чел.
Диаграмма 7. Доля парикмахерских услуг в выручке салона красоты, %
Диаграмма 8. Структура соляриев, установленных в салонах
Диаграмма 9. Доля компаний-производителей по объему продаж студийных соляриев

Диаграмма 10. Динамика цен импортного солярия
Диаграмма 11. Динамика цен импортного солярия
Диаграмма 12. Сравнительная характеристика цен производителей и поставщиков

Список таблиц

Таблица 1. ВВП и Индекс промышленного производства за январь-ноябрь 2007-2008 г, % к соответствующему периоду предыдущего года
Таблица 2. Расчёт окупаемости лазерной установки для автозагара «G2 Lazer Tan»
Таблица 3. Объем рыка соляриев в натуральном выражении
Таблица 4. Основные страны-импортеры соляриев
Таблица 5. Основные страны-производители соляриев
Таблица 6. Сравнительный анализ цены поставки и производства
Таблица 7. Основные страны-экспортеры соляриев
Таблица 8. Основные страны-производители соляриев
Таблица 9. Соотношение объема импорта и экспорта соляриев в 2008 году.
Таблица 10. Сравнительная характеристика производителей рынка по основным параметрам
Таблица 11. Ассортимент косметики TANNYMAX
Таблица 12. Аксессуары TANNYMAX
Таблица 13. Вертикальные солярии
Таблица 14. Профессиональные горизонтальные солярии
Таблица 15. Ультрафиолетовые лампы для всех моделей соляриев Солана Энерджи
Таблица 16. Аксессуары для оборудования Солана Энерджи
Таблица 17. Сравнительная характеристика крупнейших игроков оптового сегмента
Таблица 18. Сравнительная характеристика цен компаний-поставщиков
Таблица 19. Сравнительная характеристика розничного сектора
Таблица 20. Сравнительная характеристика основных сетевый солнечных студий и салонов
Таблица 21. Рейтинг эффективности рекламы салонов красоты (по убыванию соотношения эффекта к затратам)
Таблица 22. Возможные риски, связанные с Рынком

Список схем

Схема 1. Схема движения товара / услуги на Рынке салонов красоты

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Рынок соляриев, хоть и является достаточно молодым, развивается достаточно быстрыми темпами. В России, как в большей степени северной стране, для него есть огромнейшие перспективы.

По критериям прибыльности и окупаемости (минимальный срок 3-5 месяцев) солярий занимает первое место в индустрии красоты. Поэтому студии загара так стремительно развиваются.

Солярий сегодня - это не только оборудование, но и неотъемлемая часть весьма широкой индустрии, включающей в себя, косметические средства, спрей-бронзирование (загар при помощи напыления на кожу специального лосьона), общую заботу о коже, обучающие программы для специалистов.

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

Рынок соляриев в крупных городах уже достаточно насыщен, поэтому роста числа студий стоит ожидать в региональных центрах. Что касается кризиса, то потребитель ….

ТРЕБОВАНИЯ К СОЛЯРИЯМ

…

ГЕОГРАФИЯ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА

…

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

…

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

…

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ

В 2007 году крупнейшие игроки рынка, ведущие компании-дистрибьютеры соляриев создали Национальную Ассоциацию Загара (НАЗ), при содействии Европейской Солнечной ассоциации (ESA) для выработки единой стратегии работы. В НАЗ вошли ведущие компании солнечной индустрии: компания - Хитэк, MBS, Санограф, Немектрон, Солтек.

- ….

ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ

…

АВТОЗАГАРЫ

Наилучшим на сегодняшний день способом загореть без солнца и посещения солярия является автозагар. Его преимущество состоит в том, что во-первых, проявляется через несколько часов после нанесения, а во-вторых, безопасен для здоровья.[1]

..

РАЗНОВИДНОСТИ АВТОЗАГАРА:

- **…**

ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ АВТОЗАГАРА

..

СЕЗОННОСТЬ РЫНКА ЗАГАРА

Немаловажным фактором загара является его сезонность. Уже давно сложилась тенденция, при которой к лету все хотят выглядеть более привлекательно. Поэтому люди стремятся посещать не только различные фитнес-центры, но и солярии.

…

[1] - Автозагар не рекомендуют применять людям с проблемной кожей (псориаз, порезы и другие повреждения), также он не всегда подходит для беременных из-за изменений уровня меланина в коже

Описание смежных Рынков

К смежным рынкам можно отнести салоны красоты, Spa-салоны и фитнес-центры. Каждый из этих рынков перспективен для соляриев. Уже давно сложилась тенденции, что ни один из элитных салонов не может обойтись без солярия. Таким образом салоны предоставляют своим клиентам дополнительную услугу в виде искусственного солнца, а клиент все чаще начинает ходить именно в этот салон.

Рынок салонов красоты

…

Рынок СПА (SPA) салонов

…

Фитнес-центры

…

СЕГМЕНТАЦИЯ И СТРУКТУРА РЫНКА

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

Солярии - это машины, вырабатывающие излучение, практически идентичное солнечному, под воздействием которого в коже начинают вырабатываться меланоциты и тем самым достигается ее желаемый оттенок[2].

…

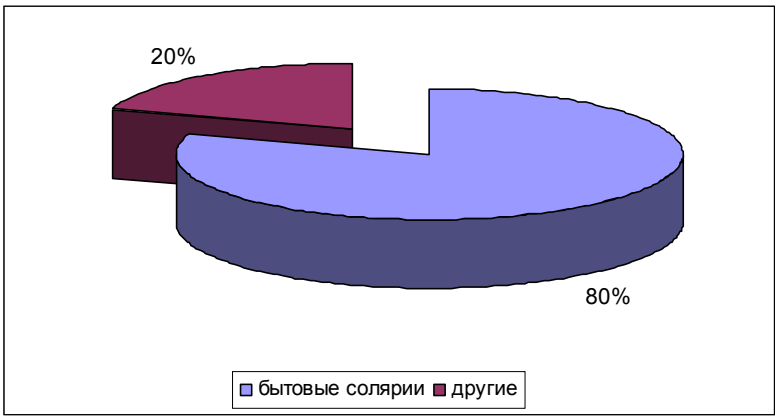
СЕГМЕНТАЦИЯ ПО ТИПУ

Традиционно принято делить солярии на две группы: профессиональные и бытовые (для домашнего использования), но многие выделяют еще две группы профессиональные турбо-солярии и профессиональные турбо-солярии.

БЫТОВЫЕ СОЛЯРИИ

…

ДИАГРАММА 1. СТРУКТУРА СОЛЯРИЕВ, УСТАНОВЛЕННЫХ В САЛОНАХ



Источник: http://www.8a.ru/abc/457.php

Около 80% соляриев России, установленных в салонах, относятся к классу домашних соляриев. Но в последние годы всё большее количество салонов рассматривают предложения о приобретении студийных соляриев[3].

[2] http://www.2mm.ru/krasota/109

[3] HTTP://WWW.8A.RU/ABC/457.PHP

Профессиональные солярии

…

Профессиональные турбо-солярии

…

Профессиональные турбо-солярии высокого давления

…

Кресла-солярии

…

Сегментация по типу излучения ламп

…

Лампы для соляриев

- **Лампы низкого давления** – основной эффект идет за счет использования флуоресцентных ламп напряжением 100w – 225w. Они содержат большое количество UVB-лучей (2-3 %), но мало UVA. Солярии с использованием ламп низкого давления характеризуются высоким уровнем UVB-излучения. Загар в солярии с использованием данных ламп равнозначен риску получения ожога при полуденном солнце, но по своей интенсивности – утреннему загару.

- **Лампы среднего давления** – сочетание ламп низкого и высокого давления (ноги, лицо).

- **Лампы высокого давления** – использование только кварцевых ламп. В них напряжение выше: 300w - 2000w на одну лампу. Они распределяют наиболее высокий уровень всех типов излучений, но с помощью специальных фильтров ВСЕ UVC-лучи и большая часть UVB-лучей подавляется (остается порядка 0,5-1.5%), а процент UVA-лучей остается высоким. Очень низкий уровень UVB-излучения уменьшает риск ожогов и позволяет коже сохранить естественный период обновления (эксфолиации).

  Солярии с использованием ламп высокого давления характеризуются высоким уровнем UVA-излучения и низким уровнем UVB-излучения. Высокий уровень UVA позволяет загару сохраняться дольше, и уменьшает риск ожогов от UVB. Загар в солярии с лампами высокого давления равнозначен по

интенсивности загару при полуденном солнце, но риск получения ожогов при таком загаре равноценен риску ожога при утреннем солнце.[4]

Мощность ламп солярия

…

Сегментация косметических средств для соляриев

…

Установка для автозагара

…

Таблица 1. Расчёт окупаемости лазерной установки для автозагара «G2 Lazer Tan»

Параметр	
Цена установки, евро	3600
Количество сеансов на первоначальном растворе	128
Средняя цена за сеанс, евро	20
Среднее количество сеансов в день	3
Заработная плата оператору, евро	300
Прибыль в месяц, евро	2580
Срок окупаемости, мес.	**2,4**

Источник: http://www.sunlux.ru/autozag.html

….

Сегментация по географическому признаку

Сегментация рынка соляриев в крупных городах

…

Солярии на рынке России

…

Солярии в Москве

…

Ценовое сегментирование услуги

…

Ценовое сегментирование товара

- …

[4] http://www.spatechnology.ru/m59

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

По различным данным сейчас в Москве работают **от … …**лонов красоты. *(Источники: данные компании «Магазин готового бизнеса», данные портала «Деловая пресса»)*

Помимо салонов красоты солярии устанавливаются в фитнес- и Spa-центрах, в районных парикмахерских, в гостиницах (как одна из услуг отеля или в качестве услуги отдельного салона красоты). Количество московских фитнес-центров превышает отметку …

По данным «Росстат» в 2008г. в России было зарегистрировано около …с. парикмахерских и салонов красоты, при этом в Москве работают …с. салонов красоты/парикмахерских. Таким образом, на долю Москвы приходится …ынка в натуральном выражении.

ТАБЛИЦА 2. ОБЪЕМ РЫКА СОЛЯРИЕВ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

	Москва		Россия	
	Минимальный показатель	Максимальный показатель	Минимальный показатель	Максимальный показатель
Салоны красоты и spa				
Гостиницы				
Фитнес-центы				
Всего организаций				
Итого соляриев				
Средний показатель				

Из расчета 1,5 солярия на одну организацию (салон красоты / фитнес, spa-центр, гостиницу) можно предположить следующие границы объёмов рынка. Исходя из расчета …ганизаций в Москве, объем рынка соляриев в натуральном выражении по Москве составил порядка …ляриев. Для России этот показатель составляет около …иниц.

Количество домашних соляриев (находящихся во владении частных лиц для собственного пользования) подсчитать достаточно проблематично – компании-производители не публикуют отдельную статистику продаж по данной позиции.

Среднее количество ламп для домашнего солярия составляет до 24 штук (данный вид соляриев мы не рассматриваем, так как нет достоверной информации).

Для профессионального солярия оптимальное количество – 42 лампы (от 40 до 48 штук). Срок службы лампы составляет – 1 год, однако в российских условиях данные нормы нарушаются и оборудование работает и 2, и 3 года без замены.. Таким образом, рынок ламп для соляриев в натуральном выражении для Москвы составляет …ук, для РФ – …сходя из средних показателей по Москве и России.

ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Объём рынка искусственного загара сложно посчитать в денежном выражении, так как разные салоны покупают разное оборудование (профессиональное высокого или низкого класса, бытовые солярии).

Объём рынка состоит из следующих сегментов:

- Стоимость самих соляриев
- Стоимость ламп
- Стоимость услуг

Стоимость соляриев

Так как средняя цена используемого в бизнесе оборудования составляет около $...о объём имеющегося рынка оборудования составляет порядка **$...**н. по России.

Стоимость ламп

Средняя цена лампы составляет $....е. объём продаваемых в год ламп составит …долларов США.

Стоимость услуг

Что касается стоимости услуг, то здесь также каждый салон назначает свою цену. Чем меньше престижность салона / парикмахерской чем дешевле купленное оборудование, тем дешевле будет стоимость минуты загара.

Можно предположить, что средняя загрузка солярия составляет около … минут в неделю (среднегодовой показатель). При средней цене 1 минуты загара в … рублей годовая прибыль одного солярия составляет не менее 2 500 долларов, т.е. весь объём рынка превышает **$....**

Таким образом, общий объём рынка соляриев (товаров и услуг) составляет свыше $....

Ёмкость Рынка

По мнению экспертов, Рынок, не смотря на свое бурное развитие в последние годы, пока еще не достиг своего насыщения.

Согласно европейским и американским показателям, среднее число соляриев составляет 1 аппарат на 150 человек. То есть, ёмкость российского рынка оборудования для солярия может составить порядка … соляриев, что в денежном выражении превышает $... млрд.

При работе 1 миллиона соляриев, рынок услуг может оцениваться на уровне $… ежегодно

Таким образом, потенциал данного рынка очень высок.

Темпы роста Рынка

Так как объём рынка составляет более … аппаратов, а объём ввозимого оборудования в 2008 году превысил показатель в … соляриев, то можно предположить темп роста рынка на уровне не менее …% в год. Так как таможенная статистика не учитывает объёмы «серого» импорта, то данный показатель в реальности может быть гораздо выше.

Влияние сезонности на Рынок

…

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара

…

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители

…

Поставщики

…

Розничный сектор

…

Основные игроки рынка

…

Тенденции Рынка

1. …

Импорт, экспорт и производство на Рынке

Анализ осуществляется на основе обработки баз таможенной статистики. В российской практике традиционно используются **следующие параметры, характеризующие путь товара через таможню**:

- страна-отправитель - страна, откуда вывезен товар, место последнего прохождения таможни;
- страна-получатель - страна, в которую ввезен товар;
- страна-производитель – страна, в которой произведён товар;
- статистическая стоимость товара - сумма в долларах, которую был ввезен товар из той или иной страны или за отчетный период в целом;
- количество ввезённого товара
-

Солярии поставляются в Россию по коду: 8543705 (солярии и аналогичное оборудование для загара).

Импорт продукции

Практически все солярии являются импортной продукцией. Солярии относятся к группе оздоровительного оборудования, в которую также входят массажные кресла, матрацы, анализаторы жира, инфракрасные кабины.

Первые аппараты в Россию для коммерческого использования были завезены в начале 90-х годов, в основном это были домашние солярии компании “KETTLER” или б/у фирмы “ERGOLINE”. Салоны стали все больше оказывать услуги солярия, спрос повысился.

Объемы импорта

По данным таможенной статистики объем импорта оборудования для искусственного загара (соляриев) в 2008 году составил **…** штук в натуральном выражении и **$ …** в денежном.

Таблица 3. Основные страны-импортеры соляриев

Страна-импортёр	шт	шт (%)	$	$(%)	цена $/шт

Страна-импортёр	шт	шт (%)	$	$(%)	цена $/шт
Итого		100%		100%	

Источник: таможенная база 2008 г.

…

ТАБЛИЦА 4. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ СОЛЯРИЕВ

страна-производитель импорта	шт	шт (%)	$	$(%)	цена $/шт
итого		100%		100%	

Источник: таможенная база 2008 г.

……

ТАБЛИЦА 5. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЦЕНЫ ПОСТАВКИ И ПРОИЗВОДСТВА

	Цена поставки	Цена производства

Источник: таможенная база 2008 г.

….

ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ

….

СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

ТАБЛИЦА 6. СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМА ИМПОРТА И ЭКСПОРТА СОЛЯРИЕВ В 2008 ГОДУ.

	шт	шт (%)	$	$(%)	цена $/шт
Импорт					
Экспорт					
Общий итог					

Источник: таможенная база 2008 г.

..

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СТРУКТУРЕ ИМПОРТА-ЭКСПОРТА

…

ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

…

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ РЫНКА

…

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

…

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Представим описание крупнейших компаний в табличном виде:

ТАБЛИЦА 7. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Компании	Год основания	Ассортимент	Торговые марки	Дополнительная информация
Megasun (Nemec Wellness)				

Источник: MA Step by Step

….

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

…

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПОСТАВЩИКАМИ

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ-ПОСТАВЩИКОВ

..

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПОСТАВЩИКОВ

Представим основные сравнительные параметры в табличном виде:

ТАБЛИЦА 8. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ ОПТОВОГО СЕГМЕНТА

Компания	Ассортиментный ряд	Компании-производители соляриев	Краткое описание компании
EUROSUN			

Источник: MA Step by Step

Для того, чтобы сравнить работу различных компаний приведём сводные данные по ценам на некоторые товары. В качестве реппертных точек использовались наиболее популярные модели горизонтального и вертикального соляриев, а также инфракрасные лампы.

ТАБЛИЦА 9. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЦЕН КОМПАНИЙ-ПОСТАВЩИКОВ

Компания	Профессиональный горизонтальный солярий MegaSun (Германия) 5600	Вертикальный солярий LUXURA V10 50XL Ultra Intensive	Лампы для тела
EUROSUN			

Источник: MA Step by Step

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПОСТАВЩИКАМИ

…

РЕЗЮМЕ

..

КОНКУРЕНЦИЯ ИГРОКОВ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

ОПИСАНИЕ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

…

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

Представим основные сравнительные параметры в табличном виде:

ТАБЛИЦА 10. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

Компания	Год создания компании	Целевой сегмент	Ассортимент соляриев	Стоимость соляриев	География магазина	Информация о магазине
ТехноСила						

Источник: МА Step by Step

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ БИЗНЕСА ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ УСЛУГ ИСКУССТВЕННОГО ЗАГАРА

…

РЕЗЮМЕ

…

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ ОСНОВНЫМИ СЕТЕВЫМИ СОЛЯРИЯМИ

…

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ СЕТЕВЫЙ СОЛНЕЧНЫХ СТУДИЙ И САЛОНОВ

….

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ СЕТЕВЫЙ СОЛНЕЧНЫХ СТУДИЙ И САЛОНОВ

Для удобства анализа приведем данные по розничным сетям в табличный вид.

ТАБЛИЦА 11. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ СЕТЕВЫЙ СОЛНЕЧНЫХ СТУДИЙ И САЛОНОВ

Название компании	География	Описание услуги	Бизнес
Студия загара «ArtZagar»			

Источник: МА «Step by Step»

Анализ потребителей

Описание потребителей

Рынок B2B

..

Рынок B2C

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

……

Основные виды рекламной активности

…

Таблица 12. Рейтинг эффективности рекламы салонов красоты (по убыванию соотношения эффекта к затратам)

ТОП-10	Вид рекламы
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Источник: материалы сайта «http://www.spa-expert.ru»

…

Основные тенденции в потребительском сегменте

…

Правовое регулирование и сертификация отрасли

..

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru)