



Состояние российского рынка искусственного загара

Что нужно делать владельцам бизнеса, чтобы преуспеть в солнечной индустрии



Сергей Леонтьев, сертифицированный специалист Международного Института Искусственного Загара SmartTan, США, представитель американской торговой марки соляриев ExpressTan.

Человечество и Солнце всегда были связаны. История их взаимоотношений уходит в глубь веков. С древнейших времен человек осознал свою зависимость от солнца. Как результат, светило стало обожествляться. Люди совершали ритуалы и жертвоприношения для того, чтобы привлечь Солнце на свою сторону. Древнеегипетский Ра, Инти древних Инков, Греческий Гелиос и Древнеримский Аполлон были богами солнца. Еще в античные времена люди обнаружили лечебные свойства солнца. Гелиотерапию практиковали древние Египтяне и Ассирийцы, которые укладывали больных на песок под лучами солнца для лечения ряда болезней. Упоминания о лечебных свойствах солнца можно найти в европейских

рукописях от I до XIII веков нашей эры. Однако в средние века произошло резкое изменение в отношении к солнцу и загару. Резкое разграничение классов выражалось и во внешнем облике. Белоснежная кожа стала признаком богатства, в противоположность смуглой коже крестьян и слуг. Богатые прятались от солнца в своих замках, а бедные работали под открытым небом. Средневековые модницы прибегали к крайним мерам для того, чтобы стать белоснежками. Лица красили краской, содержащей свинец, в 17 веке популярным отбеливателем стал мышьяк. Менее опасными для здоровья методами были нанесение оттеняющих голубых линий на лицо и использования «мушек» для оттенения белизны кожи. Большинство

балов проходило после заката солнца, а оказавшись на солнце лица покрывали маски и вуали. Окна были всегда плотно задрапированы. Только в XIX веке солнце постепенно стало возвращаться. Его терапевтические свойства были вновь открыты медиками.

Ультрафиолетовый свет был открыт немецким физиком Иоганом Риттером в 1801 году. Но только в 1890 г. датчанин Нилс Финзен сумел создать его искусственный источник - первую ультрафиолетовую лампу. За достижения в области фототерапии - лечения с помощью ультрафиолета - Финзен был удостоен Нобелевской премии в медицине в 1903 г. С начала XX века фототерапия все шире используется для лечения кожных и инфекционных болезней. В 1913 г. было открыто положительное влияние солнца на лечение и предотвращение рахита у детей.

Загар как косметическое явление все еще не был в моде. Хотя высшие классы стали проводить больше времени под открытым небом (а низшие переместились под крыши фабрик), консерватизм в одежде не позволял солнечным лучам прикоснуться к коже. Купальные костюмы того времени больше напоминали летние платья и пижамы. Ситуация изменилась в 20-е годы с Первой сексуальной революцией: повседневные и купальные одежды стали более откровенными. Основоположницей моды на загар считается Габриель (Коко) Шанель. Именно ее загорелая кожа, прельщавшая с обложек журналов, привела поклонниц и подражательниц на пляжи. В газетах появилась реклама первых солнечных ламп для домашнего пользования.

С тех пор популярность загара росла. Загорелая кожа стала ассоциироваться с красотой, здоровьем, молодостью и успехом. Загар становился все доступнее: курорты перестали быть достоянием элиты общества, а в 70-е годы появились первые солярии, предназначенные для массового пользования, а вслед за ними возник и новый вид бизнеса - индустрия загара. Поначалу солярии устанавливали как дополнительную услугу в парикмахерских и салонах красоты. Впоследствии возникла самостоятельная форма бизнеса - салон загара. Например, в США в настоящее время насчитывается

около 25000 салонов загара плюс 15-20 тысяч других бизнесов, имеющих солярий. Изменились и сами салоны: из небольших семейных студий загара, имевших до 10 соляриев, выросли частные и франчайзинговые сети с 20-50-ю соляриями в каждом салоне, предлагающие от пяти уровней загара и работающие круглосуточно.

Российская индустрия загара повторяет путь развития европейских и американских коллег почти след в след. Преимуществом россиян по сравнению с первопроходцами искусственного загара является наличие современных соляриев и множество профессиональной информации. Согласно данным Национальной Ассоциации загара (НАЗ), индустрия загара в России состоялась и готова перейти к новому этапу своего развития - укрупнению студий загара и профессионализации отрасли.

В этой ситуации очень важен профессионализм и высокое самосознание владельцев и сотрудников студий загара. Важно на всех этапах создания и ведения бизнеса быть осведомленным о новых тенденциях в области искусственного загара, знать о более совершенных технологиях, следить за новостями развития зарубежной индустрии загара, с тем чтобы не совершать типичных ошибок США и Европы.

Сейчас начался сезон искусственного загара, и многие предприниматели решают открыть свою студию загара. Бизнес-план по открытию студии загара мы освещали в предыдущем номере, теперь давайте детально рассмотрим процесс выбора солярия. Вопрос выбора солярия стоит на втором месте по важности после выбора хорошего местоположения будущего салона.

Как выбрать солярий для студии загара?

Именно от выбора модели солярия зависят доходы и расходы вашего нового бизнеса. Солярий - это ваша рабочая лошадка на ближайшие 7-10 лет. В настоящее время на рынке представлены многие производители соляриев, предлагающие товар на любой вкус.

Вот какие критерии оценки нужно выдвигать к любому солярию для бизнеса:

► **Функциональность.** Это способность достигать нужного резуль-

тата - загара. По большому счету, любой современный профессиональный солярий позволяет получить загар. Различия лишь в цене и затратах на ежемесячную эксплуатацию, которые мы рассмотрим ниже.

► **Надежность.** Она связана с качеством производства и с опытом производителя. Полезно не ограничиваться информацией, получаемой от продавца, и обратиться к интернет сайту производителя. Также можно запросить у продавца Сертификат соответствия ГОСТу на солярий, где указано точное название производителя и страна изготовления. Гигиенические Сертификаты не являются обязательными для соляриев. Однако многие крупные производители прошли через процедуру получения этих сертификатов, ведь в случае изменения законодательства солярии, не имеющие Гигиенического Сертификата, могут быть запрещены к использованию.

► **Престижность.** В отличие от автомобилей, марки солярия не «на слуху» у большинства посетителей. Даже администраторы салонов загара часто затрудняются назвать марку и производителя соляриев. (Попробуйте провес-





ти эксперимент - позвоните в несколько мест - это будет полезно и для анализа ваших конкурентов.) Разные солярии отличаются пестротой и формой дизайна, но находясь в комнате студии загара, клиенту сложно оценить особенности форм солярия. Дизайнерские излишества не помогут увеличению продаж. Большинство клиентов приходят за результатом загара. Исключением являются салоны высшего класса, которые по определению должны иметь оборудование hi-end и более высокие цены на услуги.

► Эффективность. Это отношение результата к затратам. Важной характеристикой эффективности солярия является максималь-

ное время загара, которое указывает производитель в технической рекомендации. Это время, дольше которого загорать в данном солярии не рекомендуется во избежание ожога. Именно максимальное время загара, а не количество ламп и мощность, даст вам точную информацию об эффективности солярия. Сравнивая солярии разных производителей, удобно сравнивать модели с близким максимальным временем загара. При определении ценовой политики минута в «быстром» солярии должна быть дороже минуты в «медленном».

► КПД. Это отношение максимального времени загара к мощности солярия. За последние два года крупные производители соляри-

ев пришли к более качественному усовершенствованию солярия, повышая его эффективность не за счет числа ламп и мощности, а за счет увеличения КПД солярия. Для примера, солярий современного поколения мощностью 3 кВт и обычный солярий мощностью 8 кВт имеют одинаковое максимальное время загара - 12 минут. Посчитаем КПД обоих соляриев. $12 \text{ мин} : 3 \text{ кВт} = 4$ и $12 \text{ мин} : 8 \text{ кВт} = 1,5$. Т.е. КПД первого солярия выше в 2,5 раза. Другими словами, солярий с высоким КПД более эффективен. При этом следует помнить, что солярий 8 кВт уже требует дополнительного кондиционирования и отвода воздуха и обычно требует больший размер комнаты (дополнительный расход на электричество и аренду). Эти факторы складываются в себестоимость минуты загара, увеличивая затраты и уменьшая прибыль владельца бизнеса при одном и том же результате для клиента.

► Цена. Цена солярия, казалось бы, важнейший фактор. Однако более важной характеристикой будет Стоимость эксплуатации. В эту стоимость входят составляющие себестоимости загара,



рассмотренные выше. Дешевый солярий может обойтись дороже модели с большей ценой уже за год эксплуатации.

► Дополнительные затраты. Необходимость дополнительных затрат обусловлена техническими особенностями каждой модели солярия. В их число входят: установка дополнительного кондиционирования, монтаж прямого отвода горячего воздуха, проводка 3-фазного или усиленного кабеля и, конечно же, доставка и монтаж самого солярия. (Так же, как и продавцы мебели, продавцы соляриев вкладывают разное значение в понятие «бесплатная доставка»). Поэтому при выборе солярия узнайте следующие характеристики, которые позволят просчитать ежемесячные затраты: максимальное время загара, цена солярия, требуемая площадь комнаты, потребность в кондиционировании, необходимость отвода горячего воздуха, потребление электроэнергии, возможность 1-фазного подключения, количество ламп при замене, доставка, установка, надежность, гарантия.

► Окупаемость инвестиций. Время самоокупаемости - это время, в течение которого владелец солярия вернет вложенные в него деньги. Или же универсальная характеристика - отношение чистой прибыли к вложенным средствам. Очевидно, что чем эффективнее солярий, тем выше окупаемость инвестиций. Прибыль от солярия во многом зависит правильности цены минуты солярия. Покупая дорогой солярий, нужно отдавать себе отчет в том, оправдана ли будет более высокая цена загара в нем.

► Наличие дополнительных опций. Различные модели соляриев предлагают большой выбор различных опций: виброполы, ароматизацию, подсветку и др. Принимая решения об оплате той или иной опции нужно задать вопрос: «Что эта покупка принесет моему бизнесу? Можно ли увеличить цену процедуры? Увеличится ли поток клиентов?» При покупке нового автомобиля нередко выбирают нефункциональные опции, чтобы «потешить себя». Вряд ли кто-то потратит

деньги на кожаные сидения и ксеноновые фары при покупке грузовика. Предприниматели, открывающие свою первую студию загара, делают одну типичную ошибку - стараются купить самый дорогой и напигованный максимальным числом функций солярий, который потребляет 14-17 кВт, требует кондиционирование и отвод воздуха, не задумываясь над тем, как дорого им обойдется ежемесячное содержание такого солярия, и тем более не просчитывая, через сколько лет удастся вернуть инвестиции. А клиенты ходят всего лишь загорать, а не любоваться на замысловатые формы и подсветку.

Что нужно знать о соляриях. Технические характеристики солярия

Мощность солярия - потребляемая им электроэнергия. Самый мощный солярий не обязательно самый эффективный.

КПД - отношение максимального времени загара к мощности солярия. Чем выше КПД, тем эффективнее и прибыльнее солярий для владельца.

Количество и мощность ламп. Чем больше эти величины, тем больше потребляемая мощность солярия. Более точной сравнительной оценкой будет максимальное время загара, которое помимо количества ламп зависит от конструкции солярия. На рынке существуют высокоэффективные модели соляриев, позволяющие добиваться такого же времени загара, что и обычные солярии, используя в 2-2,5 раза меньше ламп. Важно помнить, что эффективность работы лампы зависит от балласта (дресселя). Их мощности должны соответствовать. Лампа на 200 Вт, подключенная к 160-ваттному балласту будет работать так же, как и 160-ваттная лампа.

UVA - лучи в ультрафиолетовом спектре ламп солярия, под воз-

действием которых окисляется пигмент меланин и проявляется загар. Проникают в глубокие слои кожи и при передозировке вызывают фотозластоз.

UVB - лучи в ультрафиолетовом спектре ламп солярия, стимулирующие выработку пигмента меланина. При передозировке вызывают ожог.

Коэффициент излучения ламп. В современных ультрафиолетовых лампах используются 97-99% лучей UVA и 1-3% лучей UVB - точно такое же соотношение, как и в солнечном спектре. Лампы с содержанием лучей UVB более 3% считаются очень жесткими и даже запрещены в Европе, но, к сожалению, в России еще используются.

Лампы высокого давления - лампы со специальным фильтром, который блокирует все виды ультрафиолета, кроме UVA. Эти лампы



подходят только для загорелой кожи, в которой уже достаточно меланина. Под воздействием чистого UVA смуглая кожа темнеет быстрее. Ошибочно мнение, что в лампах высокого давления можно загорать людям с бледной кожей - в бледной коже нет меланина и как следствие защитных функций, поэтому загар в солярии с лампами высокого давления приведет к фотозластоу (старению кожи).

Лампы низкого давления - лампы с содержанием 1-3% лучей UVB. Эти лампы универсальны, подходят как для начинающих с бледной кожей, так и для поддержания цвета смуглой кожи.

Электронные или Электромагнитные балласты. Электронные балласты потребляют меньше электроэнергии, выделяют меньше тепла, не используют стартеры, продлевают «жизнь» лампам. Электромагнитные балласты более надежны при работе с лампами высокой мощности. (Более надежными являются солярии, имеющие отдельный балласт для каждой лампы.)

Когда нужно менять лампы. Лампы требуют замены, когда интенсивность излучаемого ими ультрафиолета падает до 70% от изначального уровня. Существуют компактные приборы, позволяющие сделать замеры в условиях салона загара. Первое измерение делается после установки солярия или замены ламп, последующие измерения сравниваются с первым, таким образом, можно узнать точно, что требуется замена ламп. «Старая» лампа не опасна для клиента, но бесполезна для получения загара. Лампы с закончившимся полезным сроком обычно излучают больше тепла. Производители ламп всегда называют расчетное время «жизни» ламп. Оно варьируется от 500 до 1000 часов. Можно использовать его как ориентир, замечая время на счетчике солярия в момент замены ламп. При этом нет гарантии, что лампа прослужит ровно столько, сколько заявляет производитель. Если вы не пользуетесь измерительным прибором, меняйте лампы часов на 100 раньше расчетного срока годности. Салон загара с полной загрузкой обычно меняет лампы раз в год.

Максимальное время загара. Это время, дольше которого загорать в данном солярии не рекомендуется

во избежание ожога. Максимальное время загара в солярии определяет производитель на основании двух величин - MMD и MED. 1 MED - минимальная эритемная доза - доза ультрафиолета, достаточная для получения первых признаков ожога незагорелым человеком. 1 MMD - минимальная доза меланогенеза - доза ультрафиолета, необходимая для получения первых результатов загара. 1 MMD превышает по времени в 2,25 раза MED. Поэтому расписания загара составляются из расчета, что человек получит порцию ультрафиолета, необходимую для проявления загара (MMD) в течение недели без риска получить ожог (MED).

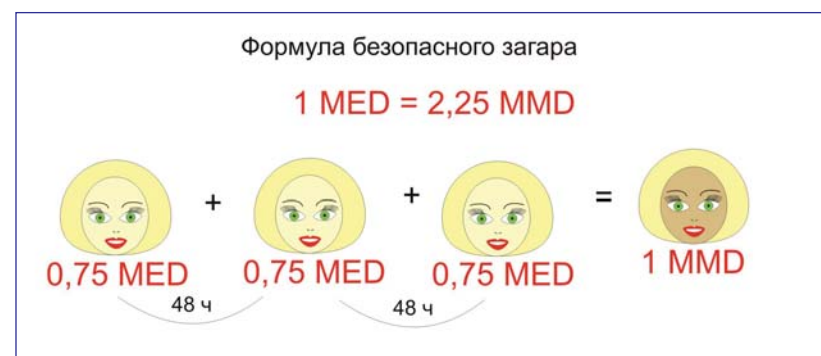
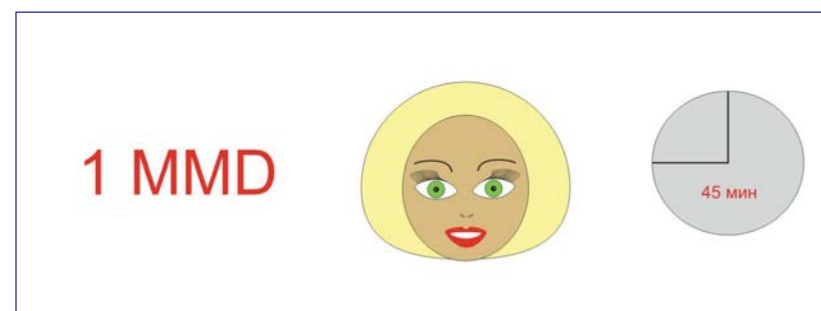
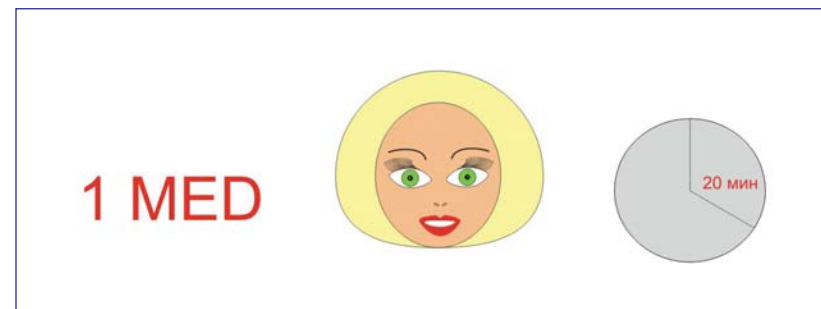
Именно максимальное время загара дает самую достоверную информацию об эффективности солярия.

Показатели MMD и MED индивидуальны для разных типов кожи, поэтому введены стандартные величины, MMD и MED, равные показателям незагорелой кожи 2-го ти-

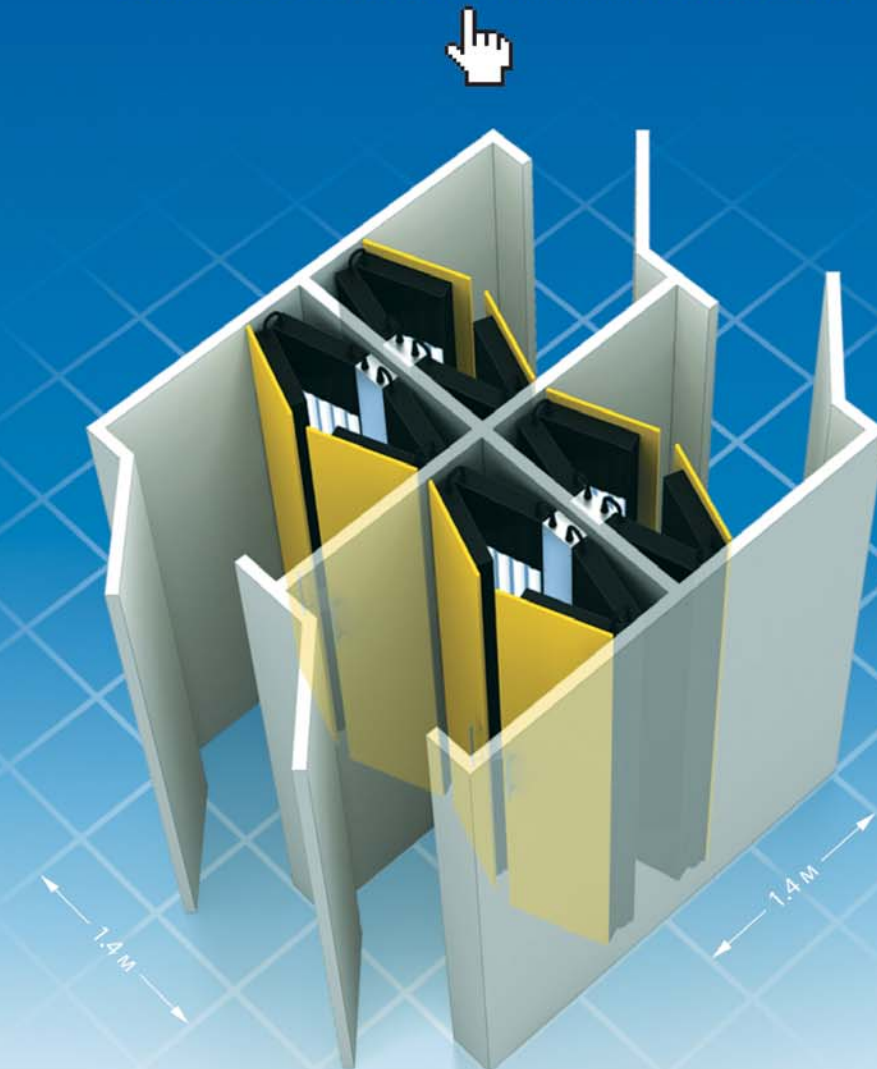
па. При этом $MMD = MED * 2,25$. Т.е. если MED для некоторого солярия будет равен 20 минутам, то MMD в этом солярии будет равен 45 минутам. Следовательно, невозможно добиться MMD за один сеанс.

Формула безопасного загара. Каждый производитель рассчитывает свою прогрессивную таблицу загара для своих соляриев, начиная облучение с одного MED незагорелой кожи каждого типа до максимально допустимого времени загара. В США таким максимумом является время в 4 MED (для 2-го фототипа), но не более 20 минут. В Европе 2 года назад был введен закон, ограничивающий максимальную дозу загара в 0,3 Вт/м² или 3,75 MED. Утверждается, что такую дозу человек получает в полдень в Шри-Ланке или на севере Австралии.

Формула безопасного загара выглядит так: $0,75 MED + 0,75 MED + 0,75 MED = 1 MMD$. Причем между загарами должен проходить промежуток времени, необходимый для синтеза меланина - 48 часов.



ПОСЧИТАЙТЕ доход Вашей студии загара с соляриями ExpressTan на сайте www.ExpressTan.ru



ПРЕИМУЩЕСТВА

СОЛЯРИЕВ EXPRESS TAN НАД ОБЫЧНЫМИ СОЛЯРИЯМИ:



Гарантия
3 года!



Экологичные
технологии



Эффект
перекрестных лучей



Экономят
место



Экономят
электричество



Удобный
кредит

МОСКВА

Ленинградское шоссе 18, офис 1508, м. Войковская,
тел. (495) 941-98-32

ВЛАДИВОСТОК

Океанский пр-т, 30, тел. (4232) 75-97-90