РОССИЙСКИЙ РЫНОК ОПТИКИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК 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. ГК 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 ГК Step by Step.

Дата выпуска отчета:
октябрь 2012 г.

г. Москва

Содержание

Аннотация 3

Полное содержание исследования 4

Список диаграмм 7

Список таблиц 8

Выдержки из исследования 10

АННОТАЦИЯ

Цель исследования**: анализ текущей ситуации на рынке оптики 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: 106 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 15 диаграмм, 41 таблица.

Полное содержание исследования

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ 10

Описание отрасли 10

Факторы, влияющие на отрасль 11

Государственное влияние в отрасли 11

Законодательство и лицензирование 12

Структура международных стандартов в очковой оптике 14

Описание смежных Рынков 15

Рынок платных услуг врачей-офтальмологов 15

Рынок аксессуаров к средствам коррекции зрения 17

Сегментация и структура Рынка 19

Описание технологии производства Продукции 19

Изготовление контактных линз 19

Изготовление очков, очковых линз 20

Сырье и материалы, используемые при производстве Продукции 22

Сегментирование продукции по основным наименованиям 25

Сегментирование оправ 25

Сегментирование очков/очковых линз 27

Сегментирование контактных линз 30

Тенденции различных сегментов продукции 34

Основные количественные характеристики рынка 35

Основные показатели российского производства 35

Динамика развития рынка. Объем и темпы роста 37

Объем рынка в натуральном выражении 37

Объем и темпы роста рынка в денежном выражении 37

Импорт и экспорт на Рынке 39

Импорт и Экспорт Оправ (Код 9003) 39

Основные страны-импортеры 40

Основные страны-производители 40

Основные страны-экспортеры 41

Импорт и Экспорт Готовых очков (Код 9004) 41

Основные страны-импортеры 42
Основные страны-производители 42
Основные страны-экспортеры 43

Импорт и Экспорт Очков солнцезащитных (Код 90041) 43
Основные страны-импортеры 44
Основные страны-производители 44
Основные страны-экспортеры 45

Импорт и Экспорт Линз контактных (Код 90013) 45
Основные страны-импортеры 46
Основные страны-производители 46
Основные страны-экспортеры 47

Импорт и Экспорт Линз для очков из стекла (Код 90014) 47
Основные страны-импортеры 48
Основные страны-производители 48
Основные страны-экспортеры 49

Импорт и Экспорт Линз для очков из прочих материалов (Код 90015) 49

..... 50
Основные страны-импортеры 50
Основные страны-производители 50
Основные страны-экспортеры 51

Описание системы сбыта на рынке 53

Цепочка движения товара 53

Краткое описание основных сегментов участников Рынка 53
Производители Продукции 53
Дистрибьюторы Продукции 54
Розничный сектор 54

конкурентный анализ 59

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции *59*
Основные параметры конкуренции 59
Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний 59
Крупнейшие производители контактных линз 60
Сравнительная характеристика крупнейших производителей контактных линз по основным параметрам 66
Крупнейшие производители очковой оптики 66
Сравнительная характеристика крупнейших производителей очковой оптики по основным параметрам 69
Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора *70*
Основные параметры конкуренции 70
Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний 70
Сравнительная характеристика крупнейших розничных игроков на рынке средств коррекции зрения 75
Анализ потребителей 76
Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка *76*
Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов *76*
Структура потребления Продукции по видам *76*
Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени *77*
Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции *78*

Список диаграмм:

Диаграмма 1. Динамика изменений объемов ВВП, 2002-2012 гг. (прогноз), млрд. RUR
Диаграмма 2. Динамика цепных темпов прироста ВВП за 2002 -2012гг., %
Диаграмма 3. Динамика темпов прироста ВВП в ценах 2002 года по базису 2002 года за 2002 -2012гг., %
Диаграмма 4. Индексы физического объема ВВП (в процентах к соответствующему кварталу предыдущего года), 2010 - 2 квартал 2012 гг.

Диаграмма 5. Индекс промышленного производства в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2011 – первый квартал 2012 гг.
Диаграмма 6. Уровень инфляции 2003-2012 (прогноз) гг., %
Диаграмма 7. Среднемесячная заработная плата за 2011 – 8 мес. 2012 года, тыс. RUR.
Диаграмма 8. Динамика темпов прироста среднемесячной заработной платы за 8 мес. 2012 года к аналогичному периоду 2011 года, %
Диаграмма 9. Динамика физического объема инвестиций в основной капитал, в 2012 г., в % к соответствующему периоду предыдущего года
Диаграмма 10. Оборот розничной торговли за 2011 год - 8 мес. 2012 года, млрд. RUR
Диаграмма 11. Динамика темпов прироста среднедневного оборота розничной торговли за 8 мес. 2012 года
Диаграмма 12. Объем производства различных категорий оптики российскими компаниями в 2010-2011гг. и прогноз на 2012г., тыс. шт.
Диаграмма 13. Объем отдельных сегментов рынка оптики в 2011г., шт.
Диаграмма 14. Динамика объема и темпов роста рынка оптики в 2010-2011гг. и прогноз до 2015г., млрд. долл., %
Диаграмма 15. Потребительские предпочтения по средству коррекции зрения в 2011г., %

Список таблиц:

Таблица 1. Коэффициент приведения уровня инфляции для расчета темпов прироста среднемесячной заработной платы
Таблица 2. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на рынок оптики
Таблица 3. Требования к продукции
Таблица 4. Сравнительный анализ звеньев распределения платных услуг врачей-офтальмологов
Таблица 5. Преимущества и недостатки очков с полимерными линзами
Таблица 6. Преимущества и недостатки очков с минеральными линзами

Таблица 7. Динамика производства очков для коррекции зрения, защитных или прочих очков и аналогичных оптических приборов в России в 2010-2012 гг., тыс. шт.
Таблица 8. Динамика производства контактных линз и линз для очков в России в 2010-2012 гг., тыс. шт.
Таблица 9. Динамика производства оправы и арматура для очков, защитных очков и аналогичных оптических приборов в России в 2010-2012 гг., тыс. шт.
Таблица 10. Коды ТНВЭД продукции рынка оптики
Таблица 11. Объем импорта и экспорта оправ
Таблица 12. Основные страны – импортеры Продукции
Таблица 13. Основные страны производители Продукции
Таблица 14. Основные страны – экспортеры Продукции
Таблица 15. Объем импорта и экспорта готовых очков
Таблица 16. Основные страны – импортеры Продукции
Таблица 17. Основные страны производители Продукции
Таблица 18. Основные страны – экспортеры Продукции
Таблица 19. Объем импорта и экспорта солнцезащитных очков
Таблица 20. Основные страны – импортеры Продукции
Таблица 21. Основные страны производители Продукции
Таблица 22. Основные страны – экспортеры Продукции
Таблица 23. Объем импорта и экспорта контактных линз
Таблица 24. Основные страны – импортеры Продукции
Таблица 25. Основные страны производители Продукции
Таблица 26. Основные страны – экспортеры Продукции
Таблица 27. Объем импорта и экспорта линз для очков из стекла
Таблица 28. Основные страны – импортеры Продукции
Таблица 29. Основные страны производители Продукции
Таблица 30. Основные страны – экспортеры Продукции
Таблица 31. Объем импорта и экспорта линз для очков из прочих материалов
Таблица 32. Основные страны – импортеры Продукции
Таблица 33. Основные страны производители Продукции
Таблица 34. Основные страны – экспортеры Продукции
Таблица 35. Структура импорта российского рынка оптики в 2011 году
Таблица 36. Структура экспорта российского рынка оптики в 2011 году
Таблица 37. Сегментация по цене производителей рынка оптики
Таблица 38. Интернет-магазины очковой продукции с разбивкой по сегментам Рынка

Таблица 39. Сравнительная характеристика крупнейших производителей контактных линз по основным параметрам
Таблица 40. Характеристика крупнейших производителей очковой оптики по основным параметрам
Таблица 41. Характеристика крупнейших розничных игроков по оснонвым параметрам

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Рынок оптики в большей степени является частью фармацевтического (аптечного) рынка.

По данным DSN Group в России более .. тыс. аптек и аптечных пунктов и около … тыс. оптовых фармацевтических компаний.[1] Данный рынок является непрозрачным, т.к. после передачи в ведение региональных властей полномочий по лицензированию производителей лекарственных средств контроль за качеством препаратов оказался затруднен.

Объем фармрынка России в 2011 году составил …. млрд. руб.

По прогнозу DSM Group, российский фармацевтический рынок вырастет в 2012 году на …% в рублях и достигнет уровня … млрд. руб.

Российский фармацевтический рынок импортоориентирован. ….% лекарств в денежном выражении, которые потребляются населением, производятся за рубежом. Поэтому первые места в рейтинге производителей занимают иностранные компании: SANOFI-AVENTIS, NOVARTIS. На третьей строчке стоит ФАРМСТАНДАРТ – единственный отечественный производитель в ТОП-20 ведущий игроков на фармрынке России.

Говоря о рознице, можно отметить, что в 2011 году была достаточно высокая активность игроков в сфере слияния/поглощения. Так, крупнейшей сделкой года является покупка группой компаний А5 и инвестиционным фондом Hi Capital государственной аптечной сети «Мособлфармация». В результате по количеству точек сеть заняла первое место (1370 аптек).

По обороту крупнейшими сетями являются «36,6», «Ригла», «Импозия» — их совокупная доля достигает ….%. Аптечные сети в 2011 году активно продолжали развивать направление СТМ (“Private Label”).

Необходимо отметить две важные тенденции в рознице фармакологической отрасли:

[1] http://www.dsm.ru/analytics/publications/1062_24.11.2009

- **в существующих аптеках наметился выход отделов оптики в отдельные торговые точки** (ГК А5 намеревается увеличить свою долю на рынке оптики за счет открытия 150 специализированных салонов оптики);
- переход существующих точек сетей на формат «дискаунтера» (открытие «аптеки-склада» компанией 36,6).

Факторы, влияющие на отрасль

На фармацевтическую отрасль влияют следующие факторы:

- уровень благосостояния населения, определяющийся следующими параметрами: доход на душу населения, расход на потребительские товары, стоимость потребительской корзины и пр.
- потребность населения в приобретении современных лекарств и дорогостоящих препаратов
- политика государства в социальной сфере (новые подходы к финансированию отрасли здравоохранения)
- изменение уровня заболеваемости
- изменение инвестиционной привлекательности российского фармацевтического рынка

Государственное влияние в отрасли

Говоря о государственном влиянии в отрасли прежде всего стоит отметить влияние общенационального проекта «Здоровье». В рамках данного проекта была разработана «Концепция развития системы здравоохранения в Российской Федерации до 2020 г.», в рамках которой планируется повышение качества оказания медицинской помощи населению, что поможет диагностике офтальмологических заболеваний и более качественный подбор корректирующих очков/контактных линз.

Приоритетного национального проекта «Здоровье» по следующим направлениям:

- формирование здорового образа жизни;
- развитие первичной медико-санитарной помощи и медицинской профилактики;
- совершенствование специализированной, в том числе высокотехнологичной, медицинской помощи при социально-значимых

заболеваниях, включая сердечно-сосудистые, онкологические, кобинированные травмы при дорожно-транспортных происшествиях;

- развитие службы крови;
- совершенствование медицинской помощи матерям и детям.

При этом, с 2009 по 2012 год финансовым обеспечением для мероприятий по формированию здорового образа жизни будет выступать приоритетный национальный проект «Здоровье», в котором будет предусмотрено … млрд. рублей. В целом предполагается выделять бюджетные ассигнования федерального бюджета в общей сумме не менее ….млрд. рублей на период 2009-2020. Также финансовое обеспечение мероприятий должно производиться из бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов. Кроме того, создание механизмов мотивирования и усиление разъяснительной работы привлечет инвестиции частного сектора экономики в оздоровительную инфраструктуру.

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

Очки, очковые и контактные линзы в ОКП относятся к разделу 79 (медицинская техника). Требования к данной продукции регулируются соответствующими ГОСТами.

Таблица 1. Требования к продукции

Источник: ……..

Производство корригирующих очков относятся к изделиям медицинской техники и подлежит обязательному лицензированию.

Перечень документов, предоставляемых соискателем для получения лицензии на производство медицинской техники – очков корригирующих:

1. Заявление о предоставлении лицензии;

2. Копии учредительных документов и копия свидетельства о государственной регистрации в качестве юридического лица (с предъявлением оригиналов в случае, если копии не заверены нотариусом) – для юридического лица;

3. Копия свидетельства о государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя (с предъявлением оригинала в случае, если копия не заверена нотариусом) – для индивидуального предпринимателя;

4. Копия свидетельства о постановке соискателя лицензии на учет в налоговом органе (с предъявлением оригинала в случае, если копия не заверена нотариусом);

……..

Источник: ……..

Лицензионная служба Минпромнауки РФ оставляет за собой право затребовать и иные документы, подтверждающие соблюдение лицензионных требований и условий при производстве медицинской техники.

Поскольку отрасль считается медицинской, на нее наложены определенные ограничения, вызванные, по идее, заботой о здоровье клиентов. Для компании по торговле очками требуется лицензия на право осуществления фармацевтической деятельности, выдаваемая местными или федеральными властями (в случае, если компания не желает ограничиваться одним регионом, необходима федеральная лицензия).

Функционирование такой компании регулируется, помимо прочего, нормативными актами Минздрава и региональных органов здравоохранения. Руководитель магазина должен иметь фармацевтическое либо соответствующее техническое образование, а также аккредитационный сертификат и стаж работы по специальности. Разумеется, это касается и врача-офтальмолога или оптометриста, если таковые состоят в штате. Сертификация необходима и мастеру-оптику.

Сертифицированным должно быть медицинское оборудование, специфические требования выдвигаются к занимаемому помещению — разрешение пожарных и санитарного надзора, помимо стандартного для

любого коммерческого предприятия, потребуется при получении лицензии дополнительно. Если же компания занимается еще и контактными линзами, то, кроме медико-технической, понадобится еще одна, медицинская, лицензия. Плюс к тому, естественно, государство будет постоянно контролировать выполнение условий лицензии.

Также необходимо заметить, что на рынке коррекции зрения остро стоит вопрос подделок под известные бренды.

Существует перечень кодов линз и оправ для очков в соответствии с ТН ВЭД России, ввоз которых на таможенную территорию Российской Федерации освобождается от обложения налогом на добавленную стоимость. ГТК РФ: О перечне кодов линз и оправ для очков в соответствии с ТН ВЭД России (ГТК РФ N 01-06/18104) - см. более подробно в разделе «Импорт и Экспорт Продукции».

Структура международных стандартов в очковой оптике

В настоящее время очковые линзы должны соответствовать требованиям следующих международных стандартов *Источник: ……..*

1. ИСО 14889 - международный стандарт. Очковая оптика - Очковые линзы - основные требования к очковым линзам. Год утверждения 1997. Содержит перечень самых общих требований к очковым линзам. В этом стандарте подчеркивается, что характеристики очковых линз указаны в дополнение к основному стандарту – ISO 8980.

2. ИСО 8980 - международный стандарт. Очковая оптика - Очковые линзы. Окончательная редакция -1999 г. Содержит три основных частных стандарта:
ИСО 8980-1 -Спецификации основных требований к оптическим и геометрическим свойствам однофокальных и многофокальных очковых линз.
ИСО 8980-2 - Спецификации основных требований к оптическим и геометрическим свойствам прогрессивных очковых линз.
ИСО 8980-3 – Спецификация основных требований к пропусканию и методам испытаний и измерения параметров и характеристик очковых линз для коррекции зрения.
ИСО 8980-4 - Спецификации основных требований и методов испытаний антиотражающих покрытий.

Этот стандарт содержит детализированный перечень требований к корригирующим зрение очковым линзам и является основным международным нормативным документом в очковой оптике для коррекции зрения. Он охватывает и коррекционные фотохромные и солнцезащитные очковые линзы, а также методики измерения их параметров.

3. ЕН 1836. Европейский стандарт. Персональная защита зрения - солнцезащитные и антибликовые фильтры для общего пользования. Содержит требования к афокальным солнцезащитным и фотохромным очковым линзам различных видов. Один из основных международных нормативных документов для афокальных фото-хромных и солнцезащитных очковых линз. Стандарт не охватывает требований для солнцезащитных линз в очках для горнолыжного спорта, для линз коррекции зрения и для линз, применяемых при искусственном освещении особого вида (например, в соляриях).

4. ИСО 13666 - Очковая оптика - Очковые линзы - Термины и определения.

5. Иногда встречаются ссылки и на ЕН 169. Европейский стандарт. Персональная защита зрения - Фильтры для плавильного производства и другой аналогичной техники - Основные требования к пропусканию и применению афокальных линз для защиты зрения от яркого света в производственных условиях. Принят в 1992 г. Содержит требования к афокальным светозащитным очковым линзам в защитных очках производственного назначения. В частности, по этому стандарту, для наблюдения за затмениями солнца применимы только линзы с ослаблением видимого излучения не менее чем в 12 раз.

Действующий в настоящее время отечественный стандарт по очковой оптике. ГОСТ Р 51044-97. [Линзы очковые. Общие технические условия]. В основном содержит требования, соответствующие международным стандартам ИСО 8980-1 и ИСО 8980-2.

Описание смежных Рынков

Рынок платных услуг врачей-офтальмологов

Услуги врачей-офтальмологов оказываются тремя типами учреждений (звено распределения):

- Поликлиники: государственные, где последние годы наряду с бесплатными услугами также оказывают платные; частные поликлиники (оказание только платных услуг),
- Центры зрения, или офтальмологические клиники,
- Салоны оптики.

Перечень услуг, оказываемый в указанных учреждениях, различается с точки зрения в основном с точки зрения стоимости и спектра оказываемых услуг.

Ниже приведена таблица, в которой представлен сравнительный анализ трех вышеуказанных звеньев распределения платных услуг врачей-офтальмологов. Сравнительный анализ показывает, что центры коррекции зрения отвечают всем требованиям потребителей: низкий (для определенных категорий граждан) – средний ценовой сегмент, наибольший выбор оказываемых услуг, новейшее оборудование, только высшая квалификация врачей. К тому же центры коррекции зрения чаще всего предлагают на продажу продукцию рынка коррекции зрения.

Однако по сравнению с другими учреждениями центров коррекции меньше и они, в основном, специализируются на выполнении серьезных офтальмологических операциях. В поликлиниках, изначально существующих для прохождения комплексного обследования организма, включая органов зрения, стоимость услуг врача-офтальмолога выше, разнообразие оказываемых услуг и оснащение кабинета ниже. Салоны оптики, специализирующиеся только на подборе (иногда изготовлении), продаже оптической продукции (очков, контактных линз), предлагают узкий спектр услуг, однако не более чем необходимый для того, чтобы помочь вам сделать выбор в покупке.

Таблица 2. Сравнительный анализ звеньев распределения платных услуг врачей-офтальмологов

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Рынок аксессуаров к средствам коррекции зрения

В профессиональной оптической прессе не так уж много публикаций посвящено аксессуарам очковой оптики. Причина этого совершенно понятна: в отличие от рынка очков, имеющего длинную историю, давно сформировавшиеся центры производства, определенные, достаточно легко прослеживающиеся тенденции развития, рынок аксессуаров выглядит гораздо менее упорядоченно. Это связано главным образом с тем, что в настоящее время очковые футляры производят не только специализированные фабрики, но и заводы по пошиву сумок и другой галантереи, ремесленные и ювелирные мастерские и т.д. Поэтому оценить этот рынок в абсолютных цифрах не представляется возможным[2].

Обычно **аксессуары к очкам** включают:

- Футляры
- Салфетки
- Спреи
- Шнурки текстильные
- Цепочки
- Автомобильные зажимы для оправ
- Фиксаторы для заушников
- Отвертки
- Пленки защитные (круглые, квадратные)

Аксессуары к контактным линзам включают:

- Контейнеры
- Таблетки протеинового очистителя
- Капли
- Машинки для очистки линз
- Очистители
- Растворы
- Пинцеты

Основные производители аксессуаров к средствам коррекции зрения

Исследование показало, что на Рынке представлена как небрендированная, так и брендированная продукция (в основном именные коллекции

[2] www.ochki.net

аксессуаров). Компании-производители аксессуаров подразделяются на те, которые имеют собственные линии по производству одного или нескольких видов аксессуаров, и те, для которых производство определенных видов аксессуаров является профилирующим. Однако помимо фабричного производства изготовлением аксессуаров занимается немало ремесленников, продающих их в качестве сувениров. На базарах всех стран мира вы наверняка найдете «очечник», выполненный в традициях национальной культуры: расшитый бисером, с вышивками на шелке, расшитый «самоцветами» и т.д.

Небрендированная продукция

На рынке представлена небрендированная продукция крупных производителей:

- ……..
- ……..
- ……
- ……

Брендированная продукция

В ходе исследования удалось выявить следующие бренды, представляющие рынок аксессуаров для средств коррекции зрения в России:

- ……
- ……
- ……..
- ……
- …….
- …….

Сегментация и структура Рынка

Рынок оптики подразделяют на следующие основные сегменты:

- Готовые очки
- Оправы
- Солнцезащитные очки
- Контактные линзы
- Очковые линзы
- Аксессуары для средств коррекции зрения (см. раздел «Рынки смежные»)

Описание технологии производства Продукции

Изготовление контактных линз

Существует несколько способов изготовления контактных линз:

- центробежное формование,
- точение,
- полимеризация в форме (литье),
- комбинация перечисленных методов.

В массовом производстве применяют методы центробежного формования и литья.

Центробежное формование является довольно дешевым методом производства мягких контактных линз. Оно обеспечивает хорошую стабильность параметров контактной линзы и дает очень тонкий, комфортный край. Мягкие контактные линзы, полученные этим методом, имеют малую толщину и обладают асферической геометрией задней поверхности, хорошо соответствующей геометрии роговицы глаза.

При изготовлении небольших партий товара, а также линз со сложной геометрией используют точение. Наиболее частое применение данного метода - изготовление жёстких контактных линз из метакрилата и газопроницаемых (в том числе ортокератологических) контактных линз а также мягких контактных линз индивидуального изготовления.

При больших масштабах производства продукции метод полимеризации в форме позволяет изготавливать достаточно дешевые мягкие контактные линзы.

При точении линзы из заготовки полимера создается гибкая линза. Методом алмазного точения сначала вытачивается внутренняя поверхность будущей линзы, которая соприкасается непосредственно с глазом. Затем эта поверхность полируется…….. *(Источник: …….)*

Изготовление очков, очковых линз

Очковые линзы производят из пластмассы, минерального сырья и из полимерных материалов.

Очковые линзы из пластмассы занимают прочную позицию благодаря хорошим оптическим свойствам, меньшему, по сравнению с линзами из минерального стекла, удельному весу, высокопроизводительным способам производства, позволяющим получать качественные линзы различного типа и дизайна. Особое значение имеют линзы из полимерных материалов для изготовления детских корригирующих очков вследствие высокой устойчивости к ударным нагрузкам, что позволяет предотвращать тяжелые последствия травм глаза ребенка осколками линз.

С точки зрения химических свойств, материалы всех полимерных линз можно разделить на две основные группы – реактопласты и термопласты.

Технология производства очковых линз из термопластов. Рассмотрим процесс производства очковых линз из термопластов на примере поликарбоната. Исходный материал представляет собой ……..

Процесс производства включает следующие стадии:
1. Подготовка исходного материала. ……..
2. ……..

Данный производственный процесс позволяет получать очковые линзы различного дизайна, производя лишь замену форм, требования к качеству изготовления внутренних поверхностей которых очень высоки. Методом литья под давлением можно получать как готовые линзы, которые передаются для

последующего нанесения упрочняющих и просветляющих покрытий, так и полузаготовки.

Технология производства очковых линз из реактопластов. Рассмотрим производство линз из реактопластов на основе CR-39. Мономер поступает от фирмы-изготовителя в жидкой форме. Инициатор полимеризации поступает в виде отдельного вещества или раствора в мономере, при хранении которого следует соблюдать рекомендуемый температурный режим.

Процесс производства очковых линз включает следующие основные стадии:

1. Приготовление реакционной смеси. Инициатор полимеризации и необходимые добавки вводят в требуемой концентрации в мономер, перемешивают, вакуумируют для удаления пузырьков воздуха, фильтруют.

2. Сборка форм. Форма, в которой осуществляется полимеризация жидкой мономерной смеси в твердый полимер, состоит из двух стеклянных или металлических полуформ, собранных в уплотнительное кольцо, стянутое специальным зажимом или липкой лентой.

3. Заполнение форм. Свободное пространство в собранной форме заполняют подготовленной мономерной смесью.

4. Полимеризация. Заполненные формы помещают в специальную печь или водную полимеризационную ванну, где в соответствии с заданным температурным циклом осуществляют полимеризацию. Процесс полимеризации может занимать от нескольких часов до нескольких суток, в зависимости от массы изготавливаемых изделий и применяемых инициаторов. Возможно проведение полимеризации и под воздействием УФ-облучения.

5. Разборка форм. Зажимы и уплотнительные кольца снимают, формы разбирают. При необходимости готовые изделия выдерживают в термошкафах для завершения процесса полимеризации.

Подобным образом получают как готовые очковые линзы, так и полузаготовки с различными показателями преломления, вся разница – в кривизне поверхности применяемых форм и ширине уплотнительных колец.

Методы придания корригирующим линзам солнцезащитных характеристик:

- линзы, окрашенные в массе,
- поверхностно окрашенные органические линзы,
- фотохромные линзы,
- солнцезащитные покрытия,
- зеркальные покрытия,
- просветляющие покрытия.

Сырье и материалы, используемые при производстве Продукции

Все материалы, применяемые сегодня для производства **очковых линз**, подразделяются на два больших класса: минеральное стекло (неорганические материалы) и пластмассы (органические материалы).

Независимо от того, к какому из этих классов относится материал для линз, он должен удовлетворять следующим требованиям:

- быть прозрачным для излучений видимого диапазона света,
- гомогенным,
- не иметь высокой дисперсии (т.е. не давать слишком сильного расщепления призмой белого света на составляющие цвета), вызывающей хроматические аберрации.

Очковые линзы предъявляют еще ряд специфических требований к материалам:

- Механическая прочность
- Легкость окрашивания
- Устойчивость к химическим воздействиям
- Отсутствие негативных реакций у пользователей очками.

Покрытия наносятся на очковые линзы для улучшения их свойств, создавая дополнительный комфорт для пользователя. В зависимости от функций они подразделяются на несколько видов:

- упрочняющие
- просветляющие (антирефлексные, антибликовые)
- водо- и грязеотталкивающие (гидрофобные)
- EMI (антикомпьютерные)
- многофункциональные (комплексные, мультипокрытия)

В зависимости от материала изготовления, **контактные линзы** делятся на жесткие и мягкие.

В последние годы благодаря достижениям химии полимеров созданы различные по свойствам материалы для контактных линз, все многообразие которых может быть сведено к трем основным группам:

- термопластики,
- синтетические эластомеры,
- гидрогели.

К **термопластикам** относятся полимеры, изменяющие форму под воздействием высоких температур и давления, но обладающие стабильной упругостью (жесткостью) и гибкостью при комнатной температуре. Контактные линзы из этих полимеров получили название жесткие контактные линзы. Жесткие линзы бывают газонепроницаемымыми и газопроницаемыми.

Наиболее распространенный полимер этой группы - полиметилметакрилат (ПММА). Этот материал прочный, легкий в обработке и дезинфекции, но не проницаемый для кислорода. Контактные линзы из ПММА в ряде случаев могут вызывать дискомфорт, что обусловлено жесткостью полимера.

Более гибкий и газопроницаемый материал для жестких контактных линз - термопластик целлюлозоацетобутират (ЦАБ), кислородопроницаемость которого в два раза выше, чем у ПММА. Недостатком контактных линз из ЦАБ является нестабильность их геометрических параметров, особенно у высокоотрицательных контактных линз.

Жесткие газопроницаемые контактные линзы изготавливаются из силиконакрилата, стирина, силиконовой смолы, флюорополимера, флюорополимера смешанного с силиконакрилатом. Эти контактные линзы называют полумягкими контактными линзами или гибкими жесткими контактными линзами.

Силиконовые эластомеры (синтетические эластомеры) занимают одно из первых мест среди синтетических материалов по кислородопроницаемости: этот показатель у полиметилсилоксана примерно на 2 порядка выше, чем у низкогидрофильных гелей, и на порядок выше, чем у гелей с 80% содержанием воды. Основным недостатком кремнийорганических полимеров

является гидрофобность. Поверхностная гидрофилизация силикона недолговечна, из-за этого контактные линзы данного типа широкого применения не получили.

Для изготовления мягких контактных линз в Чехословакии в 1960 году применили **гидрогель** - гидрооксиметилметокрилат (HEMA) 38%-ного водосодержания. Этот материал выгодно отличается тем, что пропускает кислород через линзу. На основе HEMA, изготавливаются контактные линзы с низким (…..%) содержанием воды. Ограничения непрерывного ношения (не более 14 часов) спровоцированы низкой кислородопроницаемостью материала. Для увеличения кислородопроницаемости были созданы сополимеры HEMA с VP; HEMA с VP и поли-VP, а также другими мономерами акрилового и винилового рядов. Эти полимеры обладают высокой гидрофильностью и содержат …. % влаги.

Существует общеизвестная классификация МКЛ:

1. МКЛ из неионного низкогидрофильного материала на основе HEMA. Наибольшее распространение получил полимакон, с …….% влагосодержанием (HEMA сшит с помощью EGDMA).
2. МКЛ из неионного высокогидрофильного материала. Полимеры здесь представляют собой сополимер NVP и MMA. К этой группе относятся альфафилкон А, нелфилкон, сурфилкон А. Такие материалы высокостойки к отложениям, поэтому их используют для МКЛ плановой замены.
3. МКЛ из ионного низкогидрофильного материала. Для их изготовления применяются материалы на основе HEMA с добавлением MA: например, фемфилкон.
4. МКЛ из ионного высокогидрофильного материала. Эти полимеры (этафилкон А, вифилкон А, фемфилкон А, окуфилкон) химически активны, легко вступают в реакцию с растворами. Обладают невысокой стойкостью к липидным и белковым отложениям.

Недостатками гидрогелей являются: низкая прочность и подверженность к прорастанию микроорганизмами.

Очковые оправы бывают пластмассовыми, металлическими и комбинированными. По форме они могут быть симметричными, несимметричными, круглыми, без ободков и с ободками, с жесткими и эластичными заушниками.

Оправа состоит из рамки, заушников, носовых упоров, шарниров, крепежных элементов. Заушники, выполненные из пластмассы, должны, как правило, укрепляться металлическими стержнями.

Согласно Стандарту ISO 7998 все очковые оправы делятся на четыре группы:

- Пластмассовая оправа - это оправа, основные части рамки которой изготовлены из пластмассы или из натурального материала с подобными свойствами.
- Металлическая оправа - это оправа, основные части рамки которой изготовлены из металла.
- Комбинированная оправа - это оправа, основные части рамки которой изготовлены из металла или пластмассы, или натурального материала с подобными свойствами, а другие основные части изготовлены из металла.
- Безободковая и полуободковая оправа - это оправа, основные части рамки которой изготовлены из металла или пластмассы или из натуральных материалов с подобными свойствами, или из сочетания обоих и у которой очковые линзы не окружены защитным ободком[3].

В оптических магазинах широко распространены термины "лесочные" и "винтовые" оправы. Первая разновидность является полуободковой с креплением очковых линз удерживающей струной (леской), вторая - безободковой, у которой очковые линзы крепятся, как правило, с помощью винтов и гаек.

Сегментирование продукции по основным наименованиям

Сегментирование оправ

Все многообразие очковых оправ, имеющихся на рынке очковой оптики, можно классифицировать несколькими способами:

1. По половой принадлежности:

- мужские,
- дамские,

[3] www.medstart.ru

- унисекс - универсальные, одинаково подходящие как для мужчин, так и для женщин, детские.

2. По применяемому материалу:

- пластмассовые (литьевые и фрезерованные),
- металлические (в том числе изготовленные на основе никелесодержащих сплавов),
- из нержавеющей стали, придающей оправе легкость и гибкость и не вызывающей аллергии, аллюминия или его сплавов,
- из В-титана,
- из драгоценных металлов,
- из кобальтовой проволоки (в оправы такого типа легко вставлять тонкие и легкие органические линзы),
- роговые (основной материал, используемый при изготовлении таких оправ - рога животных, например, буйвола),
- комбинированные (оправы, при изготовлении которых используется сочетание нескольких материалов - пластмассы и металла, металла и дерева, дерева и каких-либо других материалов, например рога буйвола).

3. По стилю оправ:

- классические
- «ретро»
- авангардные
- дизайнерские
- универсальные
- театральные
- очки для отдыха и другие

4. По исполнению:

- ободковые
- полуободковые
- безободковые

5. По назначению:

- деловые
- «престижные»
- спортивные и другие

Приведенная выше классификация касается, в основном, очковых оправ для корригирующих очков. Что же касается солнцезащитных очков, то они могут быть выполнены из любых материалов или их комбинаций. Фирмы, их производящие, могут использовать, как и при изготовлении очковых оправ, известные бренды Торговых Домов или имя известного Кутюрье, впрочем, так же, как и творчество собственных дизайнеров.

Кроме того, на рынке все чаще встречаются так называемые «очки для придания делового имиджа». В этом случае в оправу вставляются некорректирующие линзы (без диоптрий).

6. Сегментирование в зависимости от цены:

- ……
- ……
- ……

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ОЧКОВ/ОЧКОВЫХ ЛИНЗ

Во-первых, очки разделяются по функциональному назначению на:

- традиционные (корригирующие)
- очки специального назначения:
  - ……..
  - ……
- ……..
- ……

Очки/очковые линзы можно классифицировать в зависимости от медицинских показаний (или по оптическому действию линзы):

- ……
- ……
- ……
- …….
- ……

А также, по положению главного фокуса на линзе:

- ……
- ……

Очковые линзы принято различать в зависимости от:

- **……..**
- **……..**

Полимерные линзы. Данные линзы являются продуктом высокотехнологичных научных разработок и изготавливаются из современных полимерных материалов. В России данный тип линз пока распространен не так широко, как во всем мире, но с каждым годом их популярность растет. Эта тенденция не случайна, и связана с многочисленными преимуществами полимерных линз перед минеральными.

ТАБЛИЦА 3. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ОЧКОВ С ПОЛИМЕРНЫМИ ЛИНЗАМИ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Минеральные линзы. Эти линзы изготавливаются из особых марок минерального стекла. Они могут быть бесцветными, окрашенными и фотохромными. Для придания линзам дополнительных свойств на них могут наносить специальные покрытия.

ТАБЛИЦА 4. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ОЧКОВ С МИНЕРАЛЬНЫМИ ЛИНЗАМИ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Исходя из сравнительного анализа очковых линз и как показывают обзоры многих зарубежных рынков, все последние двадцать лет уровни продаж

очковых линз из минерального стекла продолжали снижаться. В нашей стране линзы из обычного минерального стекла пока занимают лидирующие позиции на рынке, но потребление органических очковых линз неуклонно возрастает.

1. **Показателя преломления:**
   - ……
   - ……
   - ……
   - ……
   - ……

2. **Геометрической формы поверхностей линзы:**
   - ……
   - ……
   - ……

3. **Количества оптических зон коррекции зрения:**
   - …….
   - ……

4. **Дополнительных свойств очковых линз:**
   - возможность окрашивания,
   - поляризационные свойства,

Возможность нанесения упрочняющих (обеспечивают полимерным линзам защиту от царапин), зеркальных (разных цветов), просветляющих (обеспечивают высокое светопропускание), антибликовых (уменьшают отражение света от поверхности линз) и дополнительных многофункциональных покрытий (антистатические, гидрофобные, с защитой от электромагнитных излучений, дополнительной защитой от ультрафиолетового излучения и т.д.).

5. **Очковые линзы по внешнему виду делятся на:**
   - ……..
   - ……..

За последние несколько лет наибольшую популярность приобрели оправы с малыми световыми проемами, что способствовало значительному снижению

веса линз. Однако многие оптики даже не задумываются о том, что при сборке в такие оправы разница в весе между органическими и минеральными линзами в диапазоне рефракций до ±3,0 D составляет лишь несколько грамм.

Многие компании-производители стараются расширить собственные линии неорганических линз. Появление новых линз асферического дизайна из материалов с высоким показателем преломления способствует еще большему снижению их толщины и веса, а внедрение современных технологий упрочнения позволяет выпускать линзы отрицательных рефракций с толщиной по центру всего 1,5 мм.

Способность к хрупкому разрушению под действием ударных нагрузок является серьезным недостатком минеральных очковых линз. Введение в США в 1972 году требований по устойчивости линз к ударным нагрузкам (которую определяли испытанием линз на удар стальным шариком весом 16 грамм, падающим с высоты 127 см) способствовало увеличению толщины минеральных очковых линз по центру и постепенному вытеснению их более легкими и ударопрочными пластмассовыми.

6. Сегментирование в зависимости от цены:

- ……..
- ……..
- ……..

Средний ценовой и верхний ценовой сегмент размыты и нет четкой линии их разграничения. Игроки рынка, работающие за пределами нижнего ценового сегмента, работают как в среднем, так и в верхнем ценовом сегментах. В данных сегментах представлена в основном продукция европейских стран, в частности итальянская. Стоимость данной продукции начинается от 2 тыс. руб.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ КОНТАКТНЫХ ЛИНЗ

Параметры, являющиеся характеристикой контактных линз:

- Диаметр линзы,
- Базовая кривизна линзы,
- Оптическая сила,
- Толщина в центре,

- Размер оптической зоны,
- Коэффициент газопроницаемости dK.

В зависимости от материала изготовления контактные линзы подразделяются на:

- мягкие (изготовленные из гидрогеля, мягкость материала уменьшает ощущение дискомфорта от ношения контактных линз)
- жесткие (линзы из термопластика)

Жесткие контактные линзы в настоящее время чаще называют газопроницаемыми (ГКЛ). Они действительно жесткие, а их диаметр меньше, чем диаметр мягких контактных линз (МКЛ). ГКЛ чаще всего применяют в тех случаях, когда необходимо добиться максимальной остроты зрения вдаль (что бывает необходимо для представителей ряда профессий, к примеру, пилотов), максимальной остроты зрения в темноте, в некоторых случаях для коррекции астигматизма, а также в случаях, требующих особого подхода к коррекции зрения. Жесткие контактные линзы изготавливаются на заказ в соответствии с особенностями зрения пациента. Для подбора ГКЛ и адаптации к ним пациента, как правило, требуется несколько дней и не менее двух визитов к врачу.

ГКЛ могут различаться:

1. По газопроницаемости:
   - невысокая степень кислородопроницаемости (коэффициент газопроницаемости dK < 40),
   - средняя степень кислородопроницаемости (dK = 40-90),
2. По типу ношения:
   - дневного ношения,
   - пролонгированного ношения.
3. По оптическому действию:
   - сферические (для коррекции близорукости и дальнозоркости),
   - торические (для коррекции астигматизма),
   - мультифокальные (для коррекции пресбиопии).

По данным сети салонов оптики «Очкарик», доля жестких контактных линз на рынке составляет порядка **…..**

Мягкие контактные линзы (МКЛ) – это тонкие, мягкие и гибкие из полимерных материалов линзы. Их диаметр несколько больше, чем у ГКЛ. Они обладают хорошей газопроницаемостью и подходят большинству пациентов.

Доля мягких контактных линз в структуре рынка составляет **….**

Мягкие контактные линзы могут различаться:

1. **По степени гидрофильности:**
   - с низким содержанием воды (от ….),
   - со средним содержанием воды (от ….),
   - с высоким содержанием воды (от….).

2. **По типу коррекции аметропии (определяется офтальмологом при осмотре):**
   - сферические - для коррекции миопии и гиперметропии,
   - торические - для коррекции астигматизма **(доля в розничных продажах в 2011 году – …..)**
   - мультифокальные - для коррекции пресбиопии

3. **По сроку службы линз:**
   - традиционные - срок службы таких линз до года,
   - плановой замены - срок службы от одного дня до нескольких месяцев.

4. **По типу окраски:**
   - бесцветные,
   - подкрашенные - для облегчения обращения с ними (цвет глаз не меняют),
   - тонированные - для усиления цвета или изменения цвета светлых глаз,
   - назначаемые по медицинским показаниям (как правило, чтобы скрыть травмы роговицы),
   - цветные - для изменения цвета как светлых, так и темных глаз,
   - «крэйзи» - линзы с различными рисунками (доллар, змеиный глаз, кошачий глаз, шахматная доска и т.д.).

Общими классификационными критериями, в независимости от материала изготовления, контактные линзы разделяют:

1. **По предназначению:**
   - ……..
   - ……..

2. **По оптическому действию:**
   - ……
   - ……
   - ……..

3. **По положению главного фокуса**
   - ……..
   - ……..
   - ……

4. **По форме преломляющих поверхностей**
   - ……..
   - ……..
   - …….

5. **По числу оптических зон:**
   - ……
   - ……

6. **По типу ношения:**
   - …….
   - …….
   - …….
   - ……

Существуют также линзы, поглощающие ультрафиолетовое излучение (подходят для горнолыжников, спортсменов, автомобилистов), что, впрочем, не исключает необходимости пользоваться солнцезащитными очками.

7. **Сегментирование в зависимости от цены:**
   - …….
   - ……..
   - ……

Показания к применению контактных линз

Показаниями к применению контактных линз являются:

- ……..
- ……..
- …….
- ……
- ……..

Кроме того, существуют профессиональные показания к назначению контактных линз лицам, которые не могут носить обычные очки (например, артисты, спортсмены).

……

С косметической целью контактные линзы используются для маскировки дефектов глаз (бельмо, катаракты и т.д.).

Специальные типы контактных линз используют при проведении различных диагностических исследований (например, рентгенографии роговицы).

Тенденции различных сегментов продукции

К основным тенденциям, которые отчетливо прослеживаются на рынке, можно отнести:

- увеличение количества оправ из натуральных материалов;
- увеличение популярности «декоративных» очков, не корректирующих зрение;
- все повышающаяся популярность мягких контактных линз;
- переход потребителей к контактным линзам недлительного срока использования (до 3х месяцев).

Основные количественные характеристики рынка

Основные показатели российского производства

Объем производства оптики в России можно разделить на 3 сегмента:

- Очки;
- Контактные линзы и линзы для очков из различных материалов;
- Оправы и арматура для очков.

(Источник: …….)

Так, по данным Федеральной службы государственной статистики, в 2011 году в России было произведено порядка 4,2 млн. штук очков.

Таблица 5. Динамика производства очков для коррекции зрения, защитных или прочих очков и аналогичных оптических приборов в России в 2010-2012 гг., тыс. шт.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

За это же время по оценке ФСГС было произведено около … тыс. шт. контактных линз и линз для очков.

Таблица 6. Динамика производства контактных линз и линз для очков в России в 2010-2012 гг., тыс. шт.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Тем не менее, еще в 2008 году в журнале «Forbes» была представлена информация, по которой российский производитель контактных линз «Конкор» занимал порядка …% рынка контактных линз с производством в …. тыс. шт.. Около …% рынка занимали иностранные производители. Таким образом, объем производства одних контактных линз в 2008 году в России можно

оценить в ….. тыс. шт., в связи с чем аналитики ГК Step by Step полагают, что объем производства, данный ФСГС в 2011 году, несколько занижен.

В 2011 году объем производства арматуры для очков и оправ составил порядка …..тыс. шт.

Таблица 7. Динамика производства оправы и арматура для очков, защитных очков и аналогичных оптических приборов в России в 2010-2012 гг., тыс. шт.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Учитывая динамику развития производства, показанную предприятиями рынка оптики в 2010-2011 года, аналитики ГК Step by Step представили прогноз производства по итогам 2012 года:

Диаграмма 1. Объем производства различных категорий оптики российскими компаниями в 2010-2011гг. и прогноз на 2012г., тыс. шт.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Таким образом, по оценке аналитиков ГК Step by Step, объем производства продукции рынка оптики российскими компаниями к 2012 году достигнет:

- Очки – …. млн. штук
- Контактные линзы и линзы для очков – … тыс. шт.
- Оправы для очков – …. тыс. шт.

Однако, однозначного тренда в объемах производства на рынке выявить не удалось, в связи с чем невозможно дать прогноз производства на последующие годы.

Стоить учитывать, что данные ФСГС показывают статистику производства по России. Но при этом в 2009 году компания «……» заявила о выпуске мягких контактных линз, не имея при этом собственных производственных мощностей для производства такого вида продукции. В качестве площадки для выпуска такой продукции стала одна из китайских фабрик. Таким образом, продукция под российской торговой маркой оказалась по факту импортной.

Динамика развития рынка. Объем и темпы роста

Объем рынка в натуральном выражении

Учитывая данные по импорту и экспорту продукции (см. раздел Импорт и экспорт на рынке), аналитики ГК Step by Step дали оценку объемов рынка оптики в РФ в разбивки по сегментам. В данном исследовании в объеме рынка не учитываются складские запасы продукции, находящиеся в оптовых и розничных компаниях.

Общий **объем рынка оптики в РФ в 2011 году составил ….. млн. шт**.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Самую большую долю на рынке оптики занимают контактные линзы, так как их необходимо покупать значительно чаще, чем очки. Наименьшая доля у сегмента оправ для очков.

Объем и темпы роста рынка в денежном выражении

Объем рынка оптики в денежном выражении составил в 2010 году …. млрд. долл., темпы роста в этом году составили порядка ….%. Таким образом, **в 2011 рынок достиг отметки в …. млрд. долл.**

По данным из открытых источников, можно прогнозировать рост рынка на….% к 2015 году. Таким образом, его объем составит….. млрд. долл.

Диаграмма 2. Динамика объема и темпов роста рынка оптики в 2010-2011гг. и прогноз до 2015г., млрд. долл., %

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Если основываться на данных из открытых источников, то можно предположить, что развитие рынка будет постепенно замедляться (до …% к 2014 году).

Импорт и экспорт 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;
- вес ввезенного товара, в килограммах.

Продукция рынка оптики, предназначенная для импорта и экспорта через российскую таможню, декларируется под следующими **кодами ТНВЭД**:

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Импорт и Экспорт Оправ (Код 9003)

Объем импорта оправ и арматуры для очков составил в 2011 году в натуральном выражении - …….ед., в денежном – ……. долл.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Объем экспорта составил …..ед. в натуральном выражении, в денежном – ….. долл. В общем объеме внешнеэкономической деятельности импорт занимает …% и ….% в натуральном и денежном выражении соответственно.

Основные страны-импортеры

Таблица 8. Основные страны – импортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Лидером по импорту является …….. На его долю приходится более ….. импортируемой продукции. При этом доля импорта в стоимостном выражении составляет всего ……% (…..). Это объясняется тем, что из Китая, в основном, идет дешевый массовый продукт, рассчитанный на изготовление продукции низкого ценового сегмента. Стоимость каждой оправы, ввозимой из Китая, минимальна и составляет …… долл. за штуку.

При этом самая большая доля импорта в денежном выражении приходится на ……. – …..%, так как именно из этой страны поступает элитная продукция известных марок. Стоимость импорта из этой страны составляет в среднем ….. долл. за штуку.

Основные страны-производители

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Ведущей страной производителем является …….. (….%), при этом в денежном выражении доля данной страны составляет ….%. Из анализа данных таблиц видно, что в основном продукция поступает в Россию не непосредственно от производителя, а через страны-посредники. Повышение цены продукции из …… можно объяснить тем, что многие компании производят свою продукцию по так называемому «контрактному производству». В этом случае европейская компания заказывает производство продукции в ……., после чего распределяет товар непосредственно из своего логистического центра в Европе.

Основные страны-экспортеры

Таблица 9. Основные страны – экспортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Экспорт оправ из России невысок, продукция экспортируется всего в 2 страны: Италию (порядка….% в натуральном и …% выражении) и ……. (….% в натуральном и менее ….% в денежном выражении). Учитывая данные по странам-производителям импортной продукции, можно предположить, что экспорт в …….– это в основном возврат товара производителю.

Импорт и Экспорт Готовых очков (Код 9004)

Объем импорта готовых очков составил в 2011 году в натуральном измерении - ….. ед., в денежном – ……долл.

Таблица 10. Объем импорта и экспорта готовых очков

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Объем экспорта составил ….. ед. в натуральном выражении, в денежном – …..долл. В общем объеме внешнеэкономической деятельности импорт занимает …….% и в натуральном, и в денежном выражении.

Основные страны-импортеры

Таблица 11. Основные страны – импортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

……..является лидером по импорту готовых очков и в натуральном, и в денежном выражении (…..% и ….% соответственно). Доля других стран на порядок ниже. Так, на втором месте после ……идет ….., доля импорта которой составляет всего …..% в натуральном и …..% в денежном выражении.

В целом можно отметить, что стоимость такой продукции крайне низкая, в связи с чем можно предположить, что среди нее высока доля пластиковых очков (в которых и оправа, и стекла изготовлены из пластика).

Основные страны-производители

Таблица 12. Основные страны производители Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Анализ данной таблицы показывает, что продукция поставляется в Россию по большей части от производителя.

Основные страны-экспортеры

Таблица 13. Основные страны – экспортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Экспортируется готовая продукция всего в 6 стран. При этом большая часть продукции (….% в натуральном и …..% в денежном выражении) в …….

По самой низкой стоимости продукцию закупает Китай (….. долл. за штуку), вероятнее всего, это возврат продукции поставщику. В …….. за 2011 год была поставлена всего одна единица продукции стоимостью ….. долл. за штуку (в комплект поставки входил футляр).

Импорт и Экспорт Очков солнцезащитных (Код 90041)

Объем импорта очков солнцезащитных составил в 2011 году в натуральном выражении ….. шт., в денежном – ….. долл.

Таблица 14. Объем импорта и экспорта солнцезащитных очков

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Объем экспорта составил …..ед. в натуральном выражении, в денежном – ….. долл. В общем объеме внешнеэкономической деятельности импорт занимает …..% и …..% в натуральном и денежном выражении соответственно.

Основные страны-импортеры

Таблица 15. Основные страны – импортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Лидером по импорту является ……. (…..%), однако наибольшую долю в общем объеме импорта в денежном выражении занимает Италия (…..% в денежном выражении, но всего ….% в натуральном). На втором месте – Германия (…..% в денежном выражении, ….% в натуральном).

Продукция …….является самой дешевой среди других стран (…. долл. за штуку), итальянская продукция относительно цены на импортируемый продукт занимает второе место (….. $/ед.). В целом в импорте солнечных очков отмечается преобладание дешевой no-name продукции, тогда как из Италии и других европейских стран поступают в основном дорогие очки известных марок, домов моды и т.п.

Основные страны-производители

Таблица 16. Основные страны производители Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Ведущей страной-производителем импортируемой Продукции в Россию является …. (….% в натуральном выражении и ….% в денежном), на втором месте идет ….., где производится всего ….% импортируемых солнечных очков, однако в стоимостном выражении доля данной страны составляет …..%. Это вызвано тем, что многие известные производители налаживают контрактное производство продукции на … фабриках, но под собственным брендом в целях снижения затрат. В итоге товар сначала поставляет из Китая в страну компании-заказчика, а уже потом в Россию.

Основные страны-экспортеры

Таблица 17. Основные страны – экспортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Лидерами по экспорту в натуральном выражении продукции данного кода является …… (….%). Второе место занимает …..(…..%), третье – Украина (…..%) Однако при этом самая высокая стоимость экспортируемой продукции – в Италию.

Импорт и Экспорт Линз контактных (Код 90013)

Объем импорта контактных линз составил в 2011 году в натуральном измерении - ….., в денежном – ……долл.

Таблица 18. Объем импорта и экспорта контактных линз

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Объем экспорта составил …. ед. в натуральном выражении, в денежном .. …. долл. В общем объеме внешнеэкономической деятельности импорт занимает …..% и ….% в натуральном и денежном выражении соответственно.

Основные страны-импортеры

Таблица 19. Основные страны – импортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Лидером по импорту в натуральном выражении ….. (….%). На втором месте – Литва (….%). Третье место занимает …..(…..%). По объему импорта в стоимостном выражении первое место занимает …….. (……%), а вот второе – Великобритания (…..%). Самая дорогая продукция поступает из ….. (….. долл/шт.), дешевая – из Китая (….. долл./шт).

Основные страны-производители

Таблица 20. Основные страны производители Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Ведущей страной-производителем импортируемой Продукции в натуральном выражении в Россию являются ……(…..%), на втором месте – ….(….%), на третьем – …….. (…..%). При этом в стоимостном выражении данные страны также сохраняют лидерство, однако доля продукции, произведенной в США несколько выше в стоимостном выражении, чем в натуральном.

Самая дорогая продукция производится и …… (…..долл./ед.), однако по объемам импорта в денежном выражении страна занимает 5-е место.

Основные страны-экспортеры

Таблица 21. Основные страны – экспортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Лидером по экспорту как в натуральном, так и в денежном выражении является …… (….% и …..% соответственно). На втором месте, по объему экспорта в натуральном выражении, стоит Сингапур (…..%). На третьем месте – …….. (…..%).

Самая дорогая продукция экспортируется в ……..(…..долл/ед), однако объем поставок в эту страну незначителен (…..% в натуральном выражении). Самая дешевая продукция – в …… (……долл./ед), что объясняет низкую долю экспорта в эту страну в стоимостном выражении при относительно высокой доле экспорта в натуральном выражении.

Импорт и Экспорт Линз для очков из стекла (Код 90014)

Объем импорта линз для очков из стекла составил в 2012 году в натуральном измерении - …… ед., в денежном – ……. долл.

Таблица 22. Объем импорта и экспорта линз для очков из стекла

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Объем экспорта составил ….. ед. в натуральном выражении, в денежном – …….. долл. В общем объеме внешнеэкономической деятельности импорт занимает ……% и …..% в натуральном и денежном выражении соответственно.

Основные страны-импортеры

Таблица 23. Основные страны – импортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Лидером по импорту является …….. как в натуральном (….%), так и в денежном выражении (….%). Второе место занимает …. (…..% в натуральном выражении и только …..% в денежном). Третье место принадлежит Таиланду (…..% и ……% соответственно).

Продукция ……. является самой дешевой (….и ….. долл./ед. соответственно).

Основные страны-производители

Таблица 24. Основные страны производители Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Ведущей страной-производителем импортируемой Продукции как в натуральном, так и в стоимостном выражении в Россию является …….(……% и …..% соответственно). На втором месте стоит …(……% и ….%), на третьем – …(……% и …..%%). При этом в денежном выражении самую большую долю занимает продукция из Таиланда (…..%), …(….%) и Италии (…%). Низкая стоимость продукции из Украины (….. долл. за ед.) позволяет данной стране занимать второе место по объемам импортируемой продукции, однако в денежном выражении она находится на 6-м месте.

Основные страны-экспортеры

Таблица 25. Основные страны – экспортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Продукция экспортируется только в Литву (……% в натуральном выражении и …..% в денежном) и в Армению.

Импорт и Экспорт Линз для очков из прочих материалов (Код 90015)

Объем импорта линз для очков из прочих материалов составил в 2012 году в натуральном измерении - …..ед., в денежном – ….. долл. Объем экспорта составил …. ед. в натуральном выражении, в денежном – …….. долл.

В общем объеме внешнеэкономической деятельности импорт занимает 99,6% в натуральном и ….% в денежном выражениях

Таблица 26. Объем импорта и экспорта линз для очков из прочих материалов

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Основные страны-импортеры

Таблица 27. Основные страны – импортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Лидером по импорту в натуральном выражении является …….(….%). Второе место занимает ….. (….%), третье место – …….. (….%). По объему импорта в стоимостном выражении первое место принадлежит Франции (….%), второе – Германии (….%), а третье – …… (……%).

Продукция Китая является самой дешевой (…… долл./ед.). Продукция из Германии в свою очередь является само дорогой (…….. долл/ед.), что позволяет данной стране при невысокой доле импорта продукции в натуральном выражении занимать достаточно высокое место в структуре импорта в денежном выражении.

Основные страны-производители

Таблица 28. Основные страны производители Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Ведущей страной-производителем импортируемой Продукции в натуральном выражении в Россию является …. (……%), на втором месте находится

……(….%), на третьем – Южная Корея (…..%). Однако по объему импорта в денежном выражении, лидером является Таиланд (….%), так как стоимость единицы продукции превышает стоимость единицы китайской продукции (….. долл./ед. против ….. долл./ед.).

Наиболее дорогостоящая продукция поставляется из ……. и Германии (…… долл./ед., ….долл./ед. и ….. долл./ед. соответственно).

Основные страны-экспортеры

Таблица 29. Основные страны – экспортеры Продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Лидерами по объемам экспорта являются ……(….%), …… (….%) и ……(….%). При этом говоря об объеме экспорта в денежном выражении, можно отметить, что лидером становится ….. (…..%), на втором – Литва (….%) и Франция (….%).

Самая дорогая продукция закупается …… (….. долл./ед.), самая дешевая – ……. (…. долл./ед.).

Проанализировав объемы ввозимой в Россию и вывозимой из России продукции рынка оптики по каждому из кодов ТНВЭД, следует свести в единую таблицу итоговые данные – соотношение импорта и экспорта по каждому из кодов – и сделать общие выводы (табл. 30).

Таблица 30. Структура импорта российского рынка оптики в 2011 году

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Объем импорта всей продукции Рынка составил в 2012 году ….. ед. в натуральном выражении и ….. долл. в стоимостном выражении.

Наибольшую долю в импорте Продукции занимают контактные линзы (….% в натуральном выражении и ……% в денежном выражении). Второе место по доле в импорте Продукции занимают очки солнцезащитные (….% в натуральном выражении и ….% в стоимостном выражении). На 3-ем месте по доле в импорте Продукции в стоимостном выражении занимают готовые очки (….% в натуральном выражении, но только …..% в денежном).

ТАБЛИЦА 31. СТРУКТУРА ЭКСПОРТА РОССИЙСКОГО РЫНКА ОПТИКИ В 2011 ГОДУ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Объем экспорта Продукции в 2012 году составил ….. ед. в натуральном выражении и …..долл. в стоимостном выражении. Наибольшую долю в экспорте Продукции занимают контактные линзы (….%). По доле в общем объеме Экспорта Продукции в натуральном выражении 2-е место занимают очки готовые (…..%), однако в стоимостном выражении данный продукт занимает только ….%. В стоимостном выражении на первом месте стоят солнцезащитные очки (…..%), тогда как в денежном выражении их доля составляет лишь …..%.

Импорт Продукции значительно превышает экспорт на рынке оптики, преобладание импорта над экспортом наблюдается отдельно по каждому виду продукции (коду ТНВЭД).

В целом можно отметить, что за последние 4 года объемы импортируемой продукции сильно возросли, в том числе это происходит из-за тенденции «выноса» производственных мощностей российских компаний в Китай.

Описание системы сбыта на рынке

Цепочка движения товара

Участников оптического рынка России можно условно разделить на 4 группы:

- российские производители;
- импортеры (дистрибьюторы и дилеры);
- розничная сеть;
- компании, занимающие промежуточное положение между всеми вышеупомянутыми: они имеют собственное производство, сами занимаются импортом и розничной торговлей.

Схема 1. Схема движения готовой продукции на рынке средств коррекции зрения

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители Продукции

Основные производители Продукции представлены по сегментам Рынка.

Сегмент очков:

- ……
- ……
- ……
- ……

Сегмент очковых линз:

- ……
- ……
- ……..
- ……..

Сегмент контактных линз:

- ……
- ……
- ……
- ……

Сегмент оправ и солнцезащитных очков:

- ……
- ……
- ……
- ……

Ценовая сегментация производителей рынка оптики

Таблица 32. Сегментация по цене производителей рынка оптики

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Дистрибьюторы Продукции

Дистрибьюторами продукции рынка оптики чаще выступают официальные представители компаний производителей.

- **……..**
- ……..
- ……
- ……..
- ……
- ……..

Розничный сектор

Различают 3 основных формата точек продаж оптических коррекционных средств. К низшему сегменту, как в плане цены, так и качества продукции, относятся представители масс-маркета: уличные и рыночные стенды, стенды в метро, магазинах, аптеках и т.п. Там продаются исключительно готовые изделия, крупными партиями прибывающие к нам в первую очередь из стран

Азии. Там же присутствуют иногда очки и очковые оправы российских заводов-производителей.

В крупных торговых и административных центрах обычно располагаются магазины оптики более высокого класса. На их стендах и витринах обычно представлены очковые оправы, линзы, и средства по уходу, если и не принадлежащие к известным брендам, то, по крайней мере, имеющие подтверждения о безопасности для здоровья. Главным отличительным признаком такого магазина-салона является наличие офтальмолога и хотя бы минимального набора оборудования и приборов типа рефрактометра, кератометра, щелевой лампы.

Салоны оптики, относящиеся к классу "премиум" отличатся от магазинов-салонов ассортиментным рядом, включающим самые модные бренды. Их покупатели не только исправляют свое зрение, но и подчеркивают статусность с помощью приобретаемых товаров.

Сегментация игроков розничного рынка оптики

Все игроки по продаже могут быть классифицированы в соответствии с видом торговой точки и ее месторасположением (см. Схему 2).

Схема 2. Сегментация основных игроков по типу торговых точек

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Специализированные сетевые салоны

В настоящее время это - самый широкий и хорошо развитый сегмент розницы. Сегмент представлен несколькими крупными сетями салонов оптики, первые из которых были основаны более 10 лет назад. К этому сегменту принадлежат следующие салоны:

- Eyekraft;
- Линзмастер;
- Очкарик;
- Мастер-Оптик;

- Оптик-Сити.

Небольшие специализированные магазины/киоски

Небольшие специализированные магазины/киоски ("Оптика") - это в основном переделанные на деньги частных инвесторов бывшие муниципальные оптики либо небольшие салоны в торговых центрах. Они ориентируют потребителя только на сам товар и рассчитаны на случайного покупателя. Ассортимент в таких магазинах разный: дорогие итальянские оправы соседствуют с дешевыми корейскими. В связи с высокими издержками и отсутствием целевой аудитории задача "одиночек" сводится к тому, чтобы продать как можно больше дорогих оправ - только так они могут выжить на рынке.

Интернет-магазины

Одним из способов реализации продукции рынка оптики являются Интернет-магазины. Интернет-магазинов насчитывается достаточно много в каждом из сегментов Рынка. Для удобства сведем данные в таблицу.

Таблица 33. Интернет-магазины очковой продукции с разбивкой по сегментам Рынка

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Продукция, представленная в Интернет-магазинах, относится обычно к ценовым сегментам «средний плюс» и «премиум». Ассортиментный ряд данных магазинов средств коррекции зрения состоит из продукции иностранных производителей, брендированных коллекций.

Отделы в аптеках, поликлиниках

Одним из популярных мест, где сегодня можно заказать очки, является отдел оптики в аптеке. Популярностью аптеки пользуются прежде всего потому, что покупатель привык доверять аптеке, т. к. знает, что там должен быть сертифицированный, качественный товар. Кроме того, в аптеках очковую продукцию продает дипломированный специалист, тогда как на оптических стендах (прилавках) часто данную продукцию продает любой человек, даже

не имеющий среднего медицинского образования. Оптика - наиболее близкий аптечному сегмент рынка.

Проблема отделов оптики в аптеке состоит в том, что им все труднее приходится из-за конкуренции с крупными сетями оптик, которые все активнее развиваются в последние годы. В аптеках редко можно увидеть хорошо оснащенный кабинет врача-офтальмолога, который стал неотъемлемой частью большинства салонов оптики. Самый простой кабинет для оптометриста стоит ……..долл. Необходимы такие приборы, как рефрактометр-кератометр, щелевая лампа, офтальмоскоп, проектор знаков и т. д. Самый дешевый из этих приборов стоит …… долл. США. К сожалению, обычная аптека вряд ли может позволить себе иметь такой комплект.

Однако некоторые крупные аптечные сети, например "……..

В свою очередь сеть аптек А5 постепенно отказывается от отделов оптики непосредственно в аптеках. На данный момент А5 выходит на рынок специализированных салонов оптики, намереваясь открыть порядка 150 торговых точек.

Прилавки в метро, переходах и на рынках

В торговых точках данного типа обычно можно найти низкокачественную и дешевую продукцию (до 500 рублей): оправы, готовые очки, аксессуары для средств коррекции зрения. Низкие цены объясняются происхождением оправ и линз, которые производятся либо на российских заводах, либо кустарным способом в странах Юго-Восточной Азии (говорят, что линзы из Китая везут в мешках). Обычно продавец данной торговой точки не имеет сертификата и медицинского образования и не может оказать вам качественные консультационные услуги врача-офтальмолога.

Центры коррекции зрения

Центров коррекции зрения по РФ очень немного. Самые известные из них: Глазные ……..

Структура ЦКЗ обычно включает: диагностический кабинет, оптический, операционный кабинет, мастерскую по изготовлению, ремонту очков, замене линз и т.п., а также отделы по продаже средств коррекции зрения: от оправ до контактных линз. Последние могут быть собственностью центра (например,

«Оптик-Экспресс») либо принадлежать (временно) специализированным компаниям.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ И ПОСТАВЩИКАМИ ПРОДУКЦИИ

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Конкуренция между производителями на рынке средств коррекции зрения идет в основном по следующим параметрам:

- Цена продукта
- Ассортимент продукции
- Качество продукции
- География распространения продукции.

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ РЫНКА. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

Основными производителями **очковой оптики (очковые линзы и оправы)** являются:

- ……
- …..
- …..
- ……
- .....
- ……

Наибольшую долю российского рынка **контактных линз** занимают такие производители как:

- ……..
- …….
- …….
- …..
- ……
- .....

Основными производителями **солнцезащитных очков** являются:

- …..
- …..

- …..

Крупнейшие производители контактных линз

Компания ……

За время своего существования компания освоила производство контактных линз оригинальной геометрии, изготовление жестких газопроницаемых линз, а также выполнила существенное расширение географии продаж мягких контактных линз, растворов и аксессуаров.

История. ООО «Фирма …….основана в …. году и существует на рынке уже более …. лет.

……. - окончание строительства собственного производственного помещения и офиса.

…. - фирма "….. является крупнейшим производителем мягких контактных линз в России, поставляет продукцию более чем в 200 городов Российской Федерации, Украины, Казахстана, Белоруссии, Болгарии. Продукция получила сертификаты в соответствии с требованиями министерств здравоохранения этих стран и стали самыми популярными линзами в России.

……

Географический охват. Мягкие контактные линзы (МКЛ) фирмы ……продаются более чем в более чем в 400 городах Российской Федерации, Украины, Казахстана, Белоруссии, Болгарии.

Представительства/дилерская сеть. Компания имеет представительства в ……..

Продуктовый портфель:

- Мягкие контактные линзы ежедневного и длительного ношения;
- Цветные МКЛ.

.

…… (Москва)

История. ЗАО фирма …. образована в …….. году и существует на рынке уже более …..лет. Профилем компании является очковая и контактная коррекция зрения:

- изготовление контактных линз,
- подбор и установка контактных линз,
- оптовые поставки контактных линз, всех необходимых растворов и аксессуаров,
- розничная продажа очковых линз, оправ, корригирующих и солнцезащитных очков,
- лазерная терапия: снятие зрительного утомления, лечение нистагма, косоглазия и близорукости.
- изготовление очков любой сложности на современном оборудовании:

- сферические, астигматические, бифокальные, прогрессивные;
- солнцезащитные очки с диоптриями;
- для работы на компьютере.

Географический охват. Фирма «…. имеет в Москве кабинеты по подбору контактных линз, оснащенные современным офтальмологическим оборудованием фирм …… (Германия), где также представлен широкий выбор последних новинок изделий очковой оптики.

Продуктовый портфель:

- Традиционные МКЛ:

– …….

- МКЛ планово-сменяемые:

- ……

- МКЛ плановой замены:

– «……..

- МКЛ ежедневной замены:

– ……..

- Цветные контактные линзы:

– ……..

- Растворы и капли

……

- Аксессуары для контактных линз (контейнеры и пинцеты, дорожные наборы, машинка для очистки линз)
- Оправы и солнцезащитные очки (бренды: Roberto Cavalli, Exte, GF Ferre, Dolce&Gabbana, Mission, Max Mara, Emporio Armani, Gucci, Tiffany, Poksche, Rodenstock, Carrera, Oga, Valentin Yudashkin, Brillenmod, Givenchy, lagerfeld, Roccobarocco, Mont Blanc, Lecarre, M. Morel)

- Минеральные (стеклянные) и полимерные (пластиковые) тонкие и супертонкие линзы из Германии,……..
- Аксессуары для очковой продукции: футляры для очков, шнурки, цепочки для оправы, салфетки, спреи для очистки и т.д.

……

История. Компания …….. основана в …… году. В …….. году компания проводит клинические исследования первых мягких контактных линз. Компания работает в трех направлениях: выпуск товаров для ухода и лечения зрения, хирургия и фармацевтика.

Географический охват. Продукция компании …….

Представительства/дилерская сеть. Компания имеет представительства в Москве, Санкт-Петербурге, Йошкар-Оле, Иркутске……

Продуктовый портфель:

- Мягкие контактные линзы,
- Жесткие газопроницаемые контактные линзы,
- Товары для ухода за линзами (растворы),
- Товары для ухода за глазами (капли, мази и т.п.),
- Аксессуары для зрения,
- Рецептурные и безрецептурные таблетки для лечения глазных болезней.

……

История. Компания …… является подразделением корпорации Novartis, созданной …. году в результате крупнейшего слияния двух швейцарских компаний: …….. Подразделение …… создано в 19.. году. Компания занимается выпуском контактных линз, средств по уходу за ними и хирургией.

Географический охват: продукция представлена на Рынке во многих городах СНГ

Продуктовый портфель:

- Мягкие контактные линзы (плановой замены, однодневные, непрерывного ношения, цветные),

- Товары для ухода за линзами (растворы, пероксидные системы).

…….

История. ….. является подразделением ……, которое основано в России в 19…году. Компания …… является одним из подразделений компании ……. Штаб-квартира компании расположена в ……..

Настоящий лидер в инновациях - ….образом изменила подход к контактной коррекции зрения, начав в 19… году производство первых в мире одноразовых ……

Географический охват. Продукция компании …….. представлена на рынке России: Москве, Санкт-Петербурге, Барнауле, ……..

Представительства/дилерская сеть. Филиалы компании ……. представлены в Санкт-Петербурге, ……

Продуктовый портфель.

- Мягкие контактные линзы (плановой замены, ежедневные, цветные),
- Товары для ухода за линзами.

…..

Научно-медицинская ассоциация «……..» реализует свои лучшие разработки и создает продукцию под торговой маркой ……..

Географический охват. Продукция компании …….. представлена в более чем 50 регионах России.

Представительства/дилерская сеть. ……. представляет единую сеть Центров коррекции зрения «……..» и Центров лазерного восстановления зрения «……» в Уфе и Стерлитамаке.

Продуктовый портфель.

- микрохирургическое оборудование
- расходные материалы для офтальмолохирургии
- мягкие контактные линзы (плановой замены, ежедневные, цветные),
- средства по уходу за линзами.

Центры коррекции зрения оказывают квалифицированную медицинскую помощь, предоставляя услуги по диагностике зрения, подбору контактных линз, очков, выполняя операции по коррекции зрения с применением лазерных и ультразвуковых технологий.

……..

История. Компания была основана в ……г. Последнее десятилетие она прочно держит статус одной из ведущих мировых фирм по производству контактных линз. Начиная с 19… г. ……..представлена на рынке России через своего прямого дистрибьютора - фирму ……

Географический охват. Продукция компании распространяется на территории России.

Представительства/дилерская сеть. На базе филиала находится склад с широким ассортиментным рядом продукции……..

Продуктовый портфель.

- Линзы широкого спектра замены (от однодневных до традиционных длительного ношения):

- 2 линии контактных линз плановой замены: Frequency и CooperFlex – линзы 30-дневного ношения,
- контактные линзы семейств Proclear, Acti и Hydron.
- высококачественные линзы длительного ношения High Life 38 и High Life 5 5UV,
- ……..

……

…….. - крупнейший производитель очковых оправ в России.

История. Компания поставляет продукцию на рынок с …….. года. Партнером …….. стал известный итальянский производитель оправ и линз - компания ……..

Географический охват. Продукция компании распространяется на территории России.

Представительства/дилерская сеть. В … году компания …… заключила договор с заводом ……С тех пор …… является крупнейшим партнером этого предприятия, закупая у него до ……..% процентов всего объема продукции. Весь ассортимент оправ, выпускаемых заводом …… представлен в фирме ……

Продуктовый портфель.

Оправы:

- металлические,
- металлические комбинированные,
- безободковые,
- фрезерованные,
- фрезерованные комбинированные,
- литьевые и литьевые комбинированные для мужчин, женщин, подростков и детей.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КОНТАКТНЫХ ЛИНЗ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

ТАБЛИЦА 34. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КОНТАКТНЫХ ЛИНЗ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Таким образом, можно отметить, что наиболее сильные позиции занимает продукция иностранных производителей, которые имеют ряд преимуществ, как относительно сырья, из которого производятся контактные линзы, так и относительно технологий их производства. Однако можно отметить, что российские фирмы …….. выпускают качественные линзы из иностранного сырья стоимостью несколько ниже западных аналогов, что делает ее доступной для широких слоев населения.

КРУПНЕЙШИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ ОЧКОВОЙ ОПТИКИ

……

История. История компании начинается с …. года, когда создается мастерская точной механики и оптики. Первый филиал в России был открыт в …. году.

Географический охват. Продукция компании распространяется на территории России и стран ближнего зарубежья.

Представительства/дилерская сеть. Компания имеет официальных дилеров в Москве и Санкт-Петербурге, Челябинске,……..

Продуктовый портфель.

- Офтальмологическое оборудование
- Операционные микроскопы
- Кольпоскопы
- Гистологическое оборудование

- Световые микроскопы
- Лазерные сканирующие микроскопы
- Промышленная измерительная техника
- Очковая оптика:
  - Солнцезащитная
  - Фотохромные линзы
  - Для коррекции зрения
  - Для водителей.

……..

История. Компания …….. создана в …… году. В России и странах СНГ компанию .. представляет ООО … основанное в 19… году. ….. является одним из мировых лидеров по производству оптического стекла, используемого в офтальмологии.

……

Географический охват. Продукция …….. распространяется на территории России и бывших стран СНГ ……..

Продуктовый портфель.

- Очковые линзы:
  - Белое стекло с высоким показателем преломления
  - Белое стекло
  - Солнцезащитное стекло
  - Фотхромное стекло
  - Фотохромный полимерный материал коричневого и серого цветов
- Оптическое волокно
- Кабельные системы
- Технологии защиты окружающей среды.

……..

История. ЗАО …… основана в 19.. году. Основным направлением деятельности компании является производство очковых линз и очков.

Географический охват. Продукции компании распространяется через магазины в Москве.

Продуктовый портфель.

- Очковые линзы
- Очковые оправы
- Очки.

……

Основные данные:

- Мировой лидер в офтальмологической оптике.
- Около 30 000 сотрудников.
- Уникальная сеть из почти ….. лабораторий и … заводов.

История. С 19.. года компания …. была представлена на российском рынке официальными дистрибьюторами, а в сентябре 20..
года был открыт филиал …….в России под названием ……..

Географический охват. Продукция компании распространяется на территории России и стран ближнего зарубежья.

Представительства/дилерская сеть. На базе филиала находится склад с широким ассортиментным рядом продукции, ……..

Продуктовый портфель.

- Линзы …….

- прогрессивные линзы
– линзы для работы на близких и средних дистанциях (офисные линзы)
– однофокальные линзы
– линза для снятия синдрома зрительной усталости ……
– бифокальные и трифокальные линзы
– линзы …….

- Материалы для линз:

1 – органические материалы ……

……..

История. Рыбинский завод очковой оптики (ныне ……») был основан в 19.. году.

Географический охват. Города России.

Представительства/дилерская сеть. Компания «…… является Генеральным представительством ……..

Продуктовый портфель.

1. Минеральные линзы заводов ……..
2. Полимерные линзы ……
3. Офтальмологические наборы:
   - оправы,
   - футляры,
   - салфетки,
   - цепочки.

……

История. Компания ….. основана в 18.. году. С 19… года компания занимается оптическим направлением. На данный момент ….. занимает лидирующую позицию по производству высокоиндексных пластиковых линз во всем мире.

Географический охват. Продукция ….. распространяется на территории России и стран СНГ через партнеров и дистрибьюторов.

Представительства/дилерская сеть. …….

Продуктовый портфель.

- Очковые линзы:

– Монофокальные
– Прогрессивные
– Спортивные (……)

- Покрытия для очковых линз
- Материалы для очковых линз

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ОЧКОВОЙ ОПТИКИ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

ТАБЛИЦА 35. ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ОЧКОВОЙ ОПТИКИ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Как видно из таблицы 26, иностранные производители очковой оптики имеют ряд преимуществ перед отечественными. …….

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Основные параметры конкуренции

Между розничными сетями идет в основном по следующим параметрам:

- Цена продукта
- Представленность в городе и в России в целом
- Ассортимент продукции
- Предоставление дополнительных услуг.

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний

…….

История развития

Компания была основана в …….[4]. Однако активное развитие началось после 2007 года, когда была запущена программа франшизы. На данный момент компании удалось открыть более …….точек, включая франшизные.

Географический охват.

Россия и страны СНГ

Ассортимент продукции.

- Солнцезащитные очки
- Компьютерные очки
- Оправы
- Контактные линзы
- Аксессуары и уход
- Очковые линзы

Бренды: Christian Dior, Ray-Ban……

Формат магазина.

Супермаркет

Целевая аудитория.

Продукция магазина, рассчитана на покупателей с уровнем дохода выше среднего.

.....

История развития

Сеть магазинов оптики «……..» основана в 19… году. Создан интернет-магазин.

Географический охват.

В России работает …. магазинов сети ….. .. магазинов в Москве, .. - в Санкт-Петербурге, ..- в Казани, … - в Нижнем Новгороде, .. - в Екатеринбурге, 1 - в …….

Ассортимент продукции.

- оправы
- линзы для очков
- очки для чтения
- солнцезащитные очки
- контактные линзы
- аксессуары для линз (растворы, капли)
- аксессуары для очков (футляры, пинцеты, дорожные наборы, контейнеры)

Формат магазина.

Небольшие магазины в торговых центрах.

Целевая аудитория.

Компания работает в среднеценовом сегменте, однако достаточно широко представлена продукция и верхенего ценового сегмента

Система скидок.

- Система скидок при покупке в Интернет-магазине

Дополнительные услуги.

- Проверка зрения
- Изготовление очков

- Предоставление гарантии на приобретенную продукцию
- «Очки за час»

Стратегия развития.

- Выход в регионы и укрепление своих позиций в уже освоенных регионах

……..

История развития

Сеть оптик ….. образована в 20…году на базе Московского объединения «….», которое было основано в 19… году. В 19…. году Московское объединение «Оптика» получает статус акционерного общества и в это время начинается переоборудование производства, найм квалифицированного ……

Географический охват.

Сеть представлена в России: Москва и московская область, Краснодар, Казань, Новосибирск, ……

Ассортимент продукции.

- Полный ассортимент корригирующих и солнцезащитных линз…….
- Солнцезащитные очки
- Аксессуары для контактных линз: контейнеры, пинцеты, дорожные комплекты, растворы, капли, таблетки протеинового очистителя.
- Оправы (от простых до имиджевых (от ведущих дизайнеров))
- Контактные линзы (компании Johnson&Johnson, Bausch&Lomb, Ciba Vision)
- Спортивные очки, очки для вождения, работы на компьютере и рыбалки

Формат магазина.

Супермаркет

Целевая аудитория.

Продукция магазина, рассчитана на покупателей с разными доходами. В магазине представлена продукция всех ценовых категорий.

Дополнительные услуги.

- Бесплатная проверка зрения

- Услуги профессиональных врачей-офтальмологов и оптиков-консультантов
- 15-месячная гарантия на очки.

Стратегия развития.

- Удобное месторасположение магазинов
- Особое внимание уделяется качеству продукции и квалификации персонала
- Открытие магазинов в спальных районах
- Охват и нижнего ценового сегмента (установление «честной цены»).

……..

История развития

Первый магазин ……. появился в 19…..году.

Географический охват.

В Москве работает ….. магазинов сети …… и ….павильонов …….Экспресс Оптика на станциях метро.

Ассортимент продукции.

Фотохромные, астигматические, бифокальные, прогрессивные линзы, с коэффициентом преломления от 1,49 до 1,9 от следующих производителей:

- Carl Zeiss (Германия);
- CORING (Франция);
- ……

Формат магазина.

Бутик, павильоны на станциях метро

Целевая аудитория.

Целевой аудиторией являются люди с высокой покупательской способностью и выше среднего. Средний уровень цен в оптике - ……..долларов за оправу.

Система скидок.

- Консультация стилиста или макияж в подарок
- Дисконтная программа

Дополнительные услуги.

- Диагностика зрения
- Изготовление очков на заказ
- Резервирование очков
- Заказ и доставка контактных линз
- Постпродажное обслуживание

Стратегия развития.

- Частое обновление коллекций
- Четкое выделение целевой аудитории
- Ассортимент планируется в зависимости от месторасположения салона

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ РОЗНИЧНЫХ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ СРЕДСТВ КОРРЕКЦИИ ЗРЕНИЯ

ТАБЛИЦА 36. ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ РОЗНИЧНЫХ ИГРОКОВ ПО ОСНОНВЫМ ПАРАМЕТРАМ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Анализ потребителей

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

В России практически …….. имеет дефекты зрения. При этом только каждый третий ……..

Согласно мировым данным, на каждые ……. жителей населенного пункта необходим полноценный Салон оптики, который мог бы предложить своим клиентам …… и профессиональному подбору средств. В России же в среднем на ……. жителей представлен один салон оптики.

В последние годы наблюдается общая тенденция …….

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

Потребителей средств коррекции зрения можно сегментировать

1. по полу:

- Мужчины
- Женщины.

2. по возрастному критерию:

- Взрослые
- Дети.

3. по готовности к тратам:

- До 500 рублей
- От 500 до 1000 рублей
- От 1500 до 3000 рублей
- Более 3000 рублей.

Структура потребления Продукции по видам

По результатам проведенного исследования компанией …… людей в возрасте от 16 лет и старше используют средства коррекции зрения. Из них только очками

пользуются …%, только линзами – ……%. Как очками, так и линзами пользуются ……%.

Источник: …….

Схема 3. Структура потребления средств коррекции зрения

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Сравним эти данные с результатами опроса, проведенного на «Неделе здорового зрения», прошедшей в 2011 году.

Диаграмма 3. Потребительские предпочтения по средству коррекции зрения в 2011г., %

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Из всех респондентов, испытывающих проблемы со зрением, ..% не используют никакие средства коррекции зрения. При этом 65% используют очки, …% - только контактные линзы, а …% - чередуют очки и контактные линзы.

С возрастом люди все чаще используют очки, а не контактные линзы. Так, в возрасте до 25 лет …..% респондентов носят очки, а ….. – контактные линзы. При этом более …..% респондентов старше 60 лет используют очки.

……..

Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени

Любое средство коррекции зрения требует замены через определенный промежуток времени. Так, среднестатистический потребитель имеет ….

Очки среднеценовой категории могут прослужить ……лет, а дешевые очки ……

Срок ношения контактных линз также ограничен во времени, поэтому потребителю требуется периодически заменять линзы. Степень активности использования контактных линз сильно зависит от вида контактной линзы. Однодневные контактные линзы следует выбрасывать после применения.

Потребительские предпочтения по: видам, маркам продукции

Наиболее популярные в нашей стране следующие традиционные линзы:

- ……..
- ……
- ……
- ……

Наиболее известные производители линз плановой замены, а также популярные в России:

- ……
- ……..
- ……
- ……

Среди производителей оттеночных и цветных линз самыми популярными являются:

- ……
- ……..