

По заданию МАП России Архангельское, Нижегородское, Самарское, Новосибирское, Тверское территориальные управления, а также управления по г. Москве и Московской области, г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области в 2001 г. провели обследование рынка услуг по проявке фотопленки и печатанию фотографий.

Целями анализа региональных рынков фотоуслуг являлись оценка состояния конкурентной среды, определение основных участников данного рынка в связи с проблемами, возникшими у Самарского территориального управления, возбуждившего дело против трех предприятий по оказанию фотоуслуг по признакам нарушения ст.6 Закона Российской Федерации «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».

Услуги по проявке фотопленки и по фотопечати не лицензируются, не подлежат сертификации и не входят в номенклатуру продукции и услуг, наблюдаемых органами статистики.

Этот факт обусловил сложность изучения данного рынка, невозможность сплошного охвата участников рынка, получения точных количественных характеристик рынка.

В настоящее время в стране на этом рынке действует приблизительно 1200-1400 хозяйствующих субъектов. Количество минифотолабораторий (не все из них являются юридическими лицами), по оценке специалистов Лиги предприятий фотоуслуг, в целом по Российской Федерации в 2000 г. составляло около 3000, а к концу 2001 г. должно составить около 4500 - 5000. Исходя из средней производительности одной лаборатории, можно допустить, что в среднем за год в Российской Федерации по заказам потребителей проявляется от 6 до 7 млн. фотопленок, то есть 0,2 пленки в расчете на 1 семью.

Анализ региональных рынков услуг по проявке фотопленок позволил выявить следующее.

Все опрошенные в ходе проведенного обследования субъекты оценили конкуренцию на рынке фотоуслуг как высокую и, соответственно, охарактеризовали рынок как низко концентрированный. Как правило, на рынках услуг по проявке фотопленки работает значительное число предприятий.

Так, в г. Москве работает около 300 фирм, оказывающих услуги по проявке фотопленки, в г. Санкт-Петербурге - около 200, в Нижнем Новгороде - более 60, в Новосибирске - более 40, в Самаре - 13, в Твери - 10.

Условно можно выделить следующие виды участников этого рынка: крупные и средние предприятия, имеющие разветвленную торговую сеть и свои лаборатории; небольшие предприятия, имеющие 1-2 приемных пункта и лабораторию; предприниматели, работающие без образования юридического лица, часто не имеющие своего оборудования и выступающие перепродавцами услуги (то есть принимают от населения заказы на проявление и печать и передают их на выполнение предприятиям, имеющим необходимое оборудование).

Так, из более чем 40 работающих в г. Новосибирске фирм, около 10 - крупные и средние предприятия, имеющие более 120 пунктов приема и фотолабораторий. На долю остальных 30 небольших предприятий приходится всего около 60 торговых точек.

Крупнейшими операторами рынка г. Москвы являются ЗАО «Сивма», имеющие в г. Москве 16 пунктов, оказывающих услуги по проявке фотопленки. Кроме того, ЗАО «Сивма» имеет свои филиалы и представительства в 19 городах Московской области, а также в г.г. Ярославле, Рыбинске, Туле, Коврове, Самаре, Смоленске, Рязани, Орле, Нижнем Новгороде, Твери. ООО «Фирма Глинбус» (около 2% рынка

Москвы) имеет в Москве 37 пунктов, оказывающих услуги по проявке фотопленок, а также представительства и филиалы в городах Московской области, г.г. Рязани, Владимире, Калуге, Нижнем Новгороде.

Другими операторами московского рынка фотоуслуг являются ООО «Риан-Фото» (3% московского рынка), имеющее 17 пунктов в г. Москве и области, ООО СП «Фокус-Центр» (5% рынка г. Москвы), имеющее 11 пунктов.

В г. Санкт-Петербурге наиболее крупными предприятиями, оказывающими данную услугу, являются ЗАО «Евро-Фото», АО «Драфт», СП ЗАО «Петр Великий», ЗАО «Сивма», ООО «АРС», АОЗТ «Полифото», ООО «Яркий Мир», ООО «Бест Фото», ЗАО «Софит», АЛО «Аджио Имидж». На долю трех крупнейших операторов рынка приходится 42,3% всех фотолабораторий, имеющих у операторов рынка.

В г. Новосибирске крупнейшими предприятиями по количеству торговых точек и фотолабораторий являются ЧП «Широчкин В.В.» (13,5% общего количества пунктов приема и фотолабораторий рынка г. Новосибирска), ЗАО «Новорос» (11,4%), ТД «Плутон» (7,3%).

Значительная доля фотоуслуг приходится на малые предприятия и индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица. В значительной степени это объясняется относительно невысокими первоначальными капиталовложениями. Стоимость оборудования, необходимая для начала соответствующего производства, составляет в настоящее время 10-15 тыс. долларов.

В настоящее время среди всех исследуемых регионов предприятия фирменной сети существуют в г. Москве (ООО СП «Фокус-Центр является официальным дистрибьютором фирмы «Кодак»). Не все предприятия могут выдержать жесткие требования, предъявляемые к фирмам-представителям (обязательный перечень услуг, высокий стандарт качества и т.п.). Так, был расторгнут договор с ЗАО «Новорос», которое являлось дистрибьютором фирмы «Кодак» (в г. Новосибирске). В небольших муниципальных образованиях рынок услуг по проявке фотопленки чаще всего представлен предприятиями, только принимающими заказы на проявку пленки и печатание фотографий.

Так, в 45% муниципальных образований Архангельской области фотоуслуги не оказываются. Местное население пользуется услугами предприятий, расположенных в ближайших городах, или эту услугу оказывают фирмы-посредники, которые держат пункты по приему заказов в магазинах. Кроме этого, прием и выдачу заказов осуществляют отделения связи. Такое положение характерно и для районов Тверской области. Как правило, длительные постоянные контакты между предпринимателями, собирающими заказы, и предприятиями, их выполняющими, не устанавливаются, поскольку предприниматели всегда стараются найти того, чьи услуги на данный момент дешевле.

Номенклатура используемого хозяйствующими субъектами оборудования, реактивов, фотопленки и фотобумаги обусловлена тем, что в Российской Федерации отсутствует производство современного оборудования для проявки фотопленки и фотопечати.

Производство фотобумаги осуществляет только ОАО «Компания Славич» (г. Переяславль-Залесский, Ярославская обл.), производство фотопленки - ОАО «ТАСМА-ХОДДИНГ» (фотопленка для черно-белого изображения). ОАО «Компания Славич» внесено в Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке фотобумаги Российской Федерации более 35%.

По оценке специалистов средние и крупные предприятия, оказывающие фотоуслуги, используют оборудование, фотопленку, фотобумагу и реактивы следующих фирм.

В настоящее время используется преимущественно оборудование таких фирм, как Fuji, (15-20%), Agfa (10-15%), Konica (до 10%), другие (Noritsu (Япония), Sanmarco (Италия), Rutz (Германия) - более 50%.

Основные производители фотопленки и фотобумаги - Kodak (50-55%), Fuji (10-15%), Konica (15-20%), Agfa (10-15%).

Производители реактивов: Kodak (55-60%), Konica (до 10%), Agfa (до 10%), Fuji (до 10%).

Таким образом, на рынке фотоуслуг отечественные реактивы и фотоматериалы используются в незначительном количестве, большинство фирм отдают предпочтение реактивам и фотоматериалам фирмы Kodak. Это подтверждают, в частности, результаты опроса потребителей, проведенного в г. Самаре. Так, 58,3% опрошенных предпочитают фотопленку фирмы «Kodak», 16,2% - фотопленку фирмы «Konica», 8,3% - фирмы «Fuji», 7,4% - фирмы «Agfa».

Относительно разнообразный ассортимент фототоваров представлен только в специализированных магазинах. Небольшие предприятия, оказывающие фотоуслуги, обычно продают фотопленку только той фирмы, которую потом и обрабатывают.

Рынок фотоуслуг в России можно считать развивающимся, о чем свидетельствует рост за истекший год почти в 1,5 раза числа минифотолабораторий.

Для повышения конкурентоспособности предприятия стремятся к снижению издержек производства, увеличению перечня выполняемых услуг, расширению сервисной сети. В крупных городах развитие этого рынка будет связано с использованием нового вида оборудования, так называемого «технолаба».

Высокая производительность такой лаборатории позволяет значительно снизить себестоимость и цену услуги.

Сдерживающими развитие рынка фотоуслуг факторами являются низкий уровень доходов населения, высокая стоимость фотоматериалов.

Сравнительный анализ уровней себестоимости, цен и рентабельности фотоуслуг у различных предприятий.

С 01.01.2000 по 01.01.2001 цены на проявку фотопленки возросли в среднем в 1,5 раза.

Сравнительный анализ экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов - участников рынка фотоуслуг показал следующее.

Цена на данную услугу варьируется и на отдельных региональных рынках, и у отдельных предприятий. Так, цены на эту услугу в г. Твери колеблются от 5 до 10 руб., в г. Самаре - от 9 до 21 руб., в г. Архангельске - от 10 до 15 руб.

Наиболее низкие цены устанавливают частные предприниматели.

Например, в г. Новосибирске средняя цена проявки фотопленки у крупных фирм составляет 10 рублей, у частных предпринимателей - 6 рублей. Возможность устанавливать более низкие цены на услуги, по словам частных предпринимателей, удается за счет снижения издержек, в том числе затрат на обслуживающий персонал, а также за счет установленного для частных предпринимателей порядка налогообложения.

Все предприятия фотобизнеса применяют систему льгот и скидок. Во всех регионах, где проводилось исследование рынка фотоуслуг, существует система бесплатной проявки фотопленки.

Так, в фотопредприятиях г.г. Москвы, Санкт-Петербурга и др. бесплатно проявляют фотопленку тех клиентов, которые одновременно заказывают печать данной пленки. В г.г. Москве, Твери, Архангельске бесплатно проявляется фотопленка, приобретенная у этого же хозяйствующего субъекта. Доля услуг, предоставляемых со скидкой, достигает 60-70%.

Сдерживающим развитие рынка фактором является низкий уровень доходов населения.

### **Резюме**

Рынок фотоуслуг характеризуется развитой конкурентной средой, значительным количеством участников рынка.

Барьеры входа на этот рынок низкие. Дальнейшее развитие рынка будет связано с распространением в крупных городах высокопроизводительного оборудования, в небольших городах - расширением сети минифотолабораторий, пунктов приема заказов населения на проявку фотопленки.

Одновременно рынки фотохимических товаров, фотопленки и фотобумаги, а также рынок оборудования для фотоуслуг являются олигопольными. В последние годы в крупных городах наблюдается усиление присутствия фирмы «Кодак» и, вероятно, как следствие этого, существенный рост цен на фототовары этой фирмы. Кроме того, рост цен в известной степени обусловлен таможенно-тарифной политикой России. В последнее время экспортеры и исполнители услуг, организации по производству кинофильмов все чаще ходатайствуют перед Правительством Российской Федерации о снижении таможенных пошлин на кино-, фототовары. В последние годы значительную конкуренцию рынку фототоваров и фотоуслуг стал составлять видеорынок.