

АНАЛИЗ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ФОТОГРАФИЧЕСКИХ УСЛУГ В ГОРОДЕ ЧЕЛЯБИНСК

Кочеткова Анастасия Игоревна

студент магистратуры

кафедра менеджмента, Высшая школа экономики

научный руководитель: **Плотникова Ольга Александровна**

доцент, к.п.н

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

Аннотация. В данной статье проведен анализ современного рынка фотоуслуг г.Челябинска. Автором рассмотрены процессы становления и развития в данной сфере, изучены предпочтения клиентов на рынке, а также предоставлены рекомендации по улучшению организации обслуживания заказчиков фотосъемок и различных фотоуслуг. Статья содержит результаты анализа фотостудий г. Челябинска, а также разработки рекомендаций для улучшения их работы.

Ключевые слова: фотографические услуги, бизнес, фото индустрия, цифровая фотография, предпочтение потребителей.

Фотография в современном понимании, присущий элемент человеческой жизни. Поэтому фотографические услуги являются достаточно актуальным видом бизнеса, который на данное время может быть интересен для начинающих предпринимателей.

Для того чтобы начать бизнес в такой сфере, стоит тщательно подойти к выбору месторасположения фотостудии. В связи с этим необходимо провести комплексный анализ рынка в соответствующем населенном пункте [1]. Для этого всего лишь потребуется узнать, сколько организаций в вашем городе предоставляет фотографические услуги и проанализировать их перечень услуг, главным помощником будет интернет. Большинство студий имеют свой сайт или аккаунт в социальных сетях, там можно увидеть всю подробную информацию, услуги, интерьеры, стоимость аренды, и так же определить их месторасположение (понадобятся Яндекс или Гугл карты, или сервис 2GIS), все это поможет проанализировать конкурентов.

Месторасположение фотостудии стоит подбирать таким образом, чтобы приток потенциальных клиентов был максимальным, а вот конкуренция была бы минимальной. Идеальным вариантом послужит такое место, где по близости не будет, предоставляется

возможность получить соответствующие услуги [2].

Вторым важным этапом является аренда помещения. В Челябинске средняя цена за аренду помещения площадью 70-80 кв.м., колеблется в пределах от 45-50 тысяч ежемесячно. Соответственно после аренды понадобится приобрести оборудование: профессиональную фотоаппаратуру, компьютерную технику, штативы, реквизит для оформления фотостудии.

Самый идеальный вариант для покупки – это центр города. Но заполучить такой вариант не так уж просто: к помещениям, в которых располагаются фотостудии, предъявляются большие требования, также арендовать помещения в центре довольно таки дорогое удовольствие. Соответственно большинство предпринимателей могут выбрать вариант расположения помещения на менее проходимых улицах, того же центра города. Во всяком случае, не стоит, покупать помещение в промзоне, до которой не будет, возможности добраться клиентам, или, к примеру, в спальных районах, где фотостудия не привлечет потребителей. Поэтому если ваша цель привлечь людей со всего города, логичным вариантом будет расположиться в центре города, или же, как альтернатива разместиться в центре каждого района города [3].

Третьим не маловажным пунктом при открытии фотостудии является выбор интерьеров, этим занимается конкретно сам предприниматель. Безусловно, в этот период может реализовываться весь креатив, идеи и весь творческий полёт фантазии.

В большом разнообразии уже существующих идей интерьеров популярностью пользуются следующие тематические варианты:

Романтический стиль – он подразумевает под собой love story, а также различные семейные фотосессии. Данные локации должны быть достаточно объемными, обычно это светлые помещения в постельных тонах, с цветочной тематикой, вызывающие ассоциации с теплом и уютом. Использование подвесных кроватей с балдахином, в окружении цветов, довольно таки нежное и красивое решение. Можно устроить фотосессию в стиле кантри – пикник на сеновале, романтические надписи на деревянных стенах, не правда ли неизбежно и романтично?

Стиль Loft, Modern – данный вид тематики интересен и популярен среди молодежи, имеет в своей стилистике темные тона и обычно это большое свободное пространство, с специфическими элементами, создающая атмосферу легкости и непринужденности. Для поддержания стилистики данного помещения используются материалы такие как: стены из кирпича, декоративная штукатурка, также интересным элементом послужит меловая доска или стены из лампочек, стильные кресла-мешки, даже самая простая стремянка может послужить элементом декора.

Стиль «хамелеон» – в таких помещениях часто меняется обстановка, все зависит от

сезонности. Благодаря таким локациям появляется возможность привлечения новых клиентов, и работа со старыми. В стенах таких помещений возможна имитация улицы, к примеру, уютный палисадник с дубовой дверью, верандой или беседкой, которая будет покрыта виноградной лозой. Также как вариант можно использовать миниатюрные качели, для кадров в движении или велосипед.

Для привлечения большего потока клиентов стоит дополнять интерьеры все новыми и креативными деталями, которые будут придавать локациям свою особенную загадочность. К примеру, оригинальным будет поместить велосипед на стену, или оформить окно необычными атрибутами или вообще превратить его в иллюминатор, «взрастить» дерево посреди комнаты, или создать множество фонов, используя всего лишь стену, фантазию и парочку рулонов с обоями. Безусловно, в интерьере должны присутствовать мелкие детали, которые будут располагать клиента, и давать ему возможность почувствовать себя как «дома» – это книги, подушки, буквы или надписи, музыкальные инструменты и.т.д [4].

Для предпринимателя есть два главных фактора, важные в развитии бизнеса – вложения, которые потребуются и прибыль, которую он планирует получить.

Вложения в фотобизнес колеблются от 800 тыс. до 4 млн. рублей. Во всяком случае, какой масштаб вы планируете, и с какими трудностями вы готовы столкнуться, всё это и послужит ключевыми факторами в выборе города, стилей интерьера, и ваших собственных задумок. К примеру, если вы решите не арендовать помещение под студию, а в принципе его выкупить, то это выльется в большую сумму и может превысить ваш бюджет. Но если вас это не беспокоит, то и 800 тыс. может быть достаточно для открытия. Ведь аренда помещения более удобный и выгодный вариант, и при экономии средств можно уложиться в определенную сумму. Также при закупке материалов и декораций можно выбирать бюджетные варианты, и в дальнейшем размещать их грамотно и компактно в локациях. Сэкономить можно и в случае подбора помещения, находящегося в хорошем состоянии, так как это поможет вам не делать в нем ремонт, если только косметический. Соответственно это сохранит ваше время и деньги, и ускорит процесс запуска вашего бизнеса.

И последним важным критерием для открытия фотостудии, является получение прибыли. Чтобы проанализировать данный аспект нужно смотреть цены, по которым работают конкуренты. В среднем по Челябинску час аренды для проведения фотосъемки обходится клиентам в 1200 рублей. Обычно в месяц стоит рассчитывать на 140 часов съемок при аренде помещения (примерно это составит около 4,5 – 5 часов в день). При таких данных выручка составит 168 тыс. рублей. Соответственно чистая прибыль будет находиться в интервале 70-80 тыс. рублей. В период Нового года и различных праздников, а также свадеб, данная сумма может увеличиваться за счет повышенного спроса. Поэтому при среднем уровне в месяц,

равном около 100 тыс. рублей, вложения могут окупиться примерно за год работы.

Согласно информации на 05.03.2019 года, в Челябинске осуществляют фотографические услуги 36 интерьерных фотостудий. Расположение фотосалонов по городу характеризуется своей неравномерностью, так как наибольшее их количество находится в центральном районе.

Оснащенность Челябинска интерьерными фотостудиями – 0,22 на 10 000 населения. Например, в Питере данный показатель составляет 0,27. Все это демонстрирует большой потенциал Челябинска к дальнейшему развитию данного вида услуг.

Прогресс в области цифровых технологий характерно показывает изменения на рынке фотоуслуг. На современном этапе развитие фотографических услуг осуществляется при помощи электронных и информационных технологий [5].

Благодаря интернет-пространству обрели популярность такие виды фотоуслуг как: полиграфия, а также оперативная фотопечать на сувенирной продукции. Также появился интерес к таким услугам как, интерьерная фотопечать, а именно модульные картины, самоклеящаяся пленка, фото на пенокартоне, холст на подрамнике, широкоформатная печать.

Для того чтобы рынок цифровых услуг развивался и в менее крупных городах предлагаются следующие рекомендации:

1. Организациям, оказывающим фотоуслуги, следует проводить следующие мероприятия:
 - рекламную кампанию в сети Интернет, путем введения различных акций.
 - оснащение предприятия специальными вывесками, которые позволят клиентам без проблем определить местонахождения фотостудии.
2. Внедрение функции онлайн-заказа, так как данная услуга предоставит клиенту весь спектр услуг предлагаемых фотостудией, а также упростит внутреннюю работу организации.
3. Предоставлять клиенту, кроме стандартного ассортимента, новые различные виды предлагаемых услуг. К примеру, реставрирование старых фотографий, ретуширование и обработка снимков с помощью графических редакторов, а также предоставление полиграфических услуг, поможет возместить убытки, за счёт сокращения заказов на обычные фотографические услуги.

Список литературы:

1. Алексеев А.А. Маркетинговые исследования рынка услуг. //Уч. пособие, С-Пб., 1998 г.
2. Бардыгина А.В., Вапнярская О.И., Давыдова Н.В., Дуборкина И.А., Калинин В.Д., Мосина Т.А., Христафорова И.В., Шевцов М.Ю. Услуги фотографии. Практическое пособие для работников предприятий фотоуслуг. //М.: «Биоинформсервис», 2001 г.
3. Давронов Б.Б., Рынок фотоуслуг в России: прогноз развития/Проблемы практического

маркетинга и рекламы в сфере сервиса: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, 1. марта 2007 года. Вып.8. ГОУВПО «МГУС» -М.:2007.

4. Давронов Б.Б., Современные подходы к классификации фотоуслуг// Вестник Московского государственного областного университета. 2008. № 1.
5. Катель Л.Я. Организация и планирование деятельности фото и кино-предприятий. М.:Легпромбытиздат, 1991.