

## הענף

## נתוני הענף

בארץ פועלות כיום כ- 700-800 חנויות צילום .  
 היקף שוק פיתוח והדפסת תמונות הסטילס הרגילות עמד על כ- 300 מיליון שקל בשנה ונמצא בירידה בתחום פיתוח הסרטים. במקביל ישנה עליה בהיקף ההדפסות של תמונות ממדיה דיגיטלית. היקף מחזור המכירות של סרטי הצילום בישראל נמצא בירידה מתמדת עם העלייה של חדירת המצלמות הדיגיטליות, בשוק שולטות שלוש חברות עיקריות: קודאק – 35%, אגפא – 30% ופוג'י – 25%.

## התפלגות החנויות לפי אזורים

אזור	אחוז חנויות הצילום
תל אביב ומרכז הארץ	40%
ירושלים	16%
צפון הארץ	33%
דרום הארץ	11%

## חלוקת משנה ענפית

חנויות הצילום נחלקות לכמה סוגים עיקריים:

1. חנויות צילום ללא מכונת "המעבדה הזעירה" (מינילאב).
  2. חנויות צילום עם מכונת "המעבדה הזעירה" (מיני לאב).
  3. חנויות צילום בעלות יכולת הדפסה ממדיה דיגיטלית.
  4. אתרי אינטרנט ייעודים להדפסת תמונות.
- להלן פירוט הפעילות של כל סוג חנות:

## חנויות ללא המכונה

סוגי הפעילות	רגילים	נוספים
פירוט	פיתוח סרטי צילום, הדפסת תמונות, מכירת סרטי צילום, מכירת מוצרים אחרים	צילומי פספורט צילומי מסמכים צילומי אירועים
הערות	פיתוח הסרטים והדפסת התמונות נעשים בפועל ע"י מעבדה חיצונית חנויות מהסוג הנ"ל נהפכו לנדירות עם ירידה דרסטית במחירי הציוד.	

מספר העובדים הממוצע בחנויות אלו עומד על כ- 1.5 (בני זוג בעלי העסק או בעל העסק + עובד במשרה חלקית).

### חנׁויות עם מכונות פיתוח והדפסה

נוספים	רגילים	סוגי הפעילות
צילומי פספורט צילומי מסמכים צילומי אירועים	פיתוח סרטי צילום, הדפסת תמונות, מכירת סרטי צילום, מכירת מוצרים אחרים	פירוט
הדפסות על גבי מוצרים שונים	פיתוח הסרטים, הדפסת התמונות והגדלות רגילות מבוצעים במכונות "המעבדה הזעירה" שבחנות מוחזק ציוד מתאים לקליטת מדיה דיגיטלית לצורך ביצוע הדפסת תמונות בחלק מהחנׁויות ניתן לשגר את התמונות להדפסה באמצעות האינטרנט.	הערות

מספר העובדים הממוצע בחנׁויות אלו עומד על כ- 2-3 עובדים.

#### חנׁויות אינטרנט

חנׁויות האינטרנט נחלקות לשני סוגים:

1. חנׁויות המאפשרות העלאת תמונות, הזמנת הדפסה וקבלת התמונות בדואר הביתה. כגון אתר pic4u.
2. חנׁויות מקוונות המפנות לחנות עם ציוד דיגיטלי באזור הגאוגרפי הרצוי. כגון האתר של פוג'י.

## השוק

### מאפייני השוק

◀ **עונתיות** : מוערך כי כ- 60% ממכירות ציוד וסרטי הצילום בישראל נעשים בקיץ, בתקופת החופשות והטיולים. השיא השני במכירות הוא חג פורים. יצרניות סרטי הצילום מציעות בדרך כלל בתקופות אלו (בעיקר בקיץ) חידושים ומבצעים אטרקטיביים.

◀ **פיתוח והדפסה**: מוערך כי רוב מפתחי הסרטים בוחרים להדפיס את התמונות בגודל של 15X10 ס"מ. יש העדפה ברורה לסרטים של 36 תמונות מסוג אסא 200-100. האסא הינו מדד לרגישות סרט הצילום. ככל שעולה האסא, רגישות סרט הצילום גבוהה יותר ומחירו עולה בהתאם. חדירת הפורמט הדיגיטלי ביטלה את הצורך ברכישת סרטי צילום, תשלום עבור פיתוח סרט וכן העניקה את היכולת להזמנת הדפסת תמונות רצויות בלבד. מצב, שהביא לירידה במוקדי הרווח של החנׁויות.

## לקוחות: הגדרת שוק היעד, פילוח השוק

### הגדרת שוק היעד

- ◀ **זוגות צעירים:** צרכני הצילום הגדולים ביותר הם זוגות צעירים, המרבים לצלם את ילדיהם בשנים הראשונות לחייהם.
- ◀ **צלמים חובבים:** גיל הצלמים החובבים נמצא בירידה וניכר כי מספרם של צעירים בגילאי נוער המצלמים בקביעות ומפתחים את הסרטים שלהם עולה בהתמדה, יחד עם זאת גיל הצלמים החובבים עומד בד"כ על 28-45, 55-65.
- ◀ חנויות צילום רבות נותנות שירות של צילומי אירועים (חתונה, בר-מצווה וכו'). שירותים אלו מהווים מקור להגדלת הפדיון. יש לציין כי אחוזי הרווח על חבילה הכוללת סרט וידאו, כ- 100 תמונות וצילומי חוץ, נעים סביב 85%.

### מתחרים

- ◀ רשת אוריינט אקספרס המונה למעלה מ- 200 חנויות והיא המובילה בשוק חנויות הצילום.
- ◀ רשת פוג'י הכוללת כ- 150 חנויות מורשות ברחבי הארץ.
- ◀ חנויות פרטיות – בבעלות פרטית. חנויות אלו הן בדרך כלל קטנות ומבוססות על מוניטין רב שנים, ושירות שהן מציעות ללקוחות.
- ◀ נקודות מכירה – בנקודות אלו מתבצעת מכירה של ציוד צילום ובעיקר סרטי צילום. נקודות אלו מצויות דרך-כלל ברשתות השיווק הגדולות (רשתות מזון, אופיס דיפו וכו'). בנוסף להן ישנן נקודות מכירה אשר מציעות גם שירותי פיתוח.
- ◀ חנויות מקוונות באינטרנט המציעות בד"כ דילים למנויי הדפסה הזולים ב- 25-35% מחנות פיזית. כיום האתר הגדול ביותר בתחום הינו pic4u .

## ספקים

הספקים העיקריים בענף הם יבואנים שהם זכייני החברות המייצרות את סרטי וניירות הצילום, המצלמות ושאר ציוד הצילום.

החברות הישראליות המייצגות את חברות ניירות וסרטי הצילום:

**קודאק** – מיוצגת בארץ ע"י חברת דלתה פילם ישראל (1994) בע"מ.

החברה רכשה את אוריינט קולור – תעשיות צילום (1986) בע"מ אשר מנהלת את רשת החנויות אוריינט אקספרס.

**פוג'י** – מיוצגת בארץ ע"י קבוצת חברות שמעוני בע"מ אשר מפיצה את מוצרי החברה בשוק הצילום. בשוק המזון מפיצה חברת דנשר את סרטי הצילום של פוג'י.

**אגפא** – מיוצגת בארץ ע"י חברת גטר צרכי צילום (2000) בע"מ.

ספקים נוספים הם חברות אשר מייבאות את צרכי הצילום כגון מצלמות, סוללות, וכו', ביניהם ישפאר חברה אלקטרונית למסחר בע"מ, גטר צרכי צילום (2000) בע"מ, ועוד.

חברת אוריינט קולור אשר מפעילה את רשת חנויות אוריינט אקספרס מפעילה גם את מעבדת פיתוח הסרטים הגדולה בישראל. החברה מספקת שירותים למרבית חנויות הצילום בארץ.

כל הספקים מאפשרים ומספקים ציוד לעבודה עם מדיה דיגיטלית.

תנאי האשראי המקובלים בענף הם שוטף + 60-90 יום .

## אמצעי שיווק

קיימים מספר אמצעי שיווק אופייניים לענף:

- ◀ פרסום בעיתונות המקומית
- ◀ חלוקת אלבומים במתנה עם סמל החנות
- ◀ פיתוח של מספר תמונות מתוך הסרט בהגדלה, ללא תוספת תשלום.
- ◀ מבצעים שונים כגון - כל המפתח 3 סרטים מקבל פילם לצילום חינם ועוד.
- ◀ מתן אפשרות הזמנת הדפסה באמצעות האינטרנט.
- ◀ שירות נוסף הוא תמונת אינדקס. זוהי למעשה תמונה אחת שבה יש חלוקה צבעונית של כל התמונות שהופיעו בסרט הצילום, לצורך זיהוי בהדפסה חוזרת.
- ◀ מחירים מוזלים למזמינים מנוי הדפסה מראש למספר תמונות כגון מנוי ל- 200 ו- 500 הדפסות עם תשלום מראש.

## כיווני התפתחות עתידיים

**גידול בנקודות מכירה:** הדפסת התמונות מתבצעת לרוב בחנות הצילום הקרובה, כיום מתרבות נקודות המכירה שנותנות שירותים של פיתוח סרטים והדפסת תמונות על המקום. מגמה זו מביאה להגדלת התחרות ולשחיקה רצינית ביותר ברווחיות החנויות.

נקודות מכירה אלו נפתחו בחנויות כמו סופר פארם, אופיס דיפו, רשת קרביץ ולאחרונה אף בחלק מהחנויות של רשתות המזון הגדולות ניתן לקבל שירותי צילום.

כיום חברות גדולות מספקות לעובדיהן אפשרות איסוף מרוכז לפיתוח והדפסת סרטים.

**צילום דיגיטלי:** החדירה המסיבית של מצלמות דיגיטליות מחד והוזלת העלויות של ההדפסה הביתית ממדיה דיגיטלית גורמים לשינוי מהותי בענף חנויות הצילום. ישנה מגמה שבתוך 3 שנים הצילום בסרטי צילום ישאר נחלת הצלמים המקצועיים והחובבים הכבדים. בינתיים הרווחיות של החנויות נשחקת ויש צורך למצא מוקדי רווח חלופיים לצורך שמירה על הכדאיות העסקית. המשך הירידה בעלויות ההדפסה הביתית תוך עלייה באיכות התוצאה.

## גורמים המשפיעים על ההצלחה

◀ מיקום – מהווה את אחד הגורמים המשפיעים ביותר על הצלחת החנות. מיקומה של חנות במרכזי קניות וקניונים מביא לעליה במספר המבקרים בה ולעלייה בהיקף המכירות.

לכן רכשה חברת דלתה פילם את חברת אינטר קולור המפעילה את רשת החנויות אוריינט אקספרס (כ- 200 חנויות). עיקר העניין של דלתה פילם הוא במיקומים הבלעדיים שיש לאוריינט קולור בקניונים. פריסה זו מהווה פלטפורמה טובה לשיווק מוצרי צילום נוספים.

◀ הימצאותה של מכונת ה"מעבדה הזעירה" בחנות – הינה גורם המשפיע בצורה משמעותית על הפדיון לעובד. ניתוח נתוני הפדיון והרווח העלה כי, המכונה מעלה את הפדיון מפעילויות רגילות (פיתוח סרטי צילום, הדפסת תמונות, מכירות סרטי צילום ומוצרים אחרים) באופן משמעותי ביותר, וגורמת גם להעלאת שיעור הרווח מפעילויות רגילות.

◀ יכולת טיפול במדיה דיגיטלית כולל ציוד מתאים.

◀ ותק – ככל שלחנות יש ותק ומוניטין כך תגדל רמת ההכנסה. בחנויות הפועלות פחות משנתיים כחנויות צילום הפדיון יהיה נמוך בכ- 25% מהפדיון הממוצע.

## מחסומי כניסה לענף

◀ חסם מקצועי – מומלץ כי בעל החנות או אחד מהעובדים יהיה צלם מקצועי (אין חובה בחוק).

◀ השקעה – מניתוח הנתונים הפיננסיים עולה כי הימצאותה של מכונת פיתוח ומכונת הדפסה מביאה לעליה משמעותית בפדיון, עד כדי הכפלתו ויותר. אולם עלותה של מכונה זו היא גבוהה מאוד ומגדילה את היקף ההשקעה הכולל בפתירת החנות.

מחיר המכונה נע בין 50 ל- 250 אלף דולר. המחיר תלוי בגודל המקסימאלי, בכמות הפיתוח וההדפסה לשעה ובאפקטים המוכנסים ו/או נמחקים מהתמונות שהמכונה יכולה להפיק. המחיר עשוי להשתנות גם בהתאם ליצרן.

האחזקה השוטפת יקרה מאוד בגלל עלות גבוהה של חלקי חילוף למכונה ותלות של החנויות ביבואן, כן צריך לזכור כי שימוש במכונה זו מחייב החזקת מאגר די ניכר של חומרים כימיים שונים בבית העסק.

כדאיות השקעה במכונת פיתוח מוטלת בספק בגלל עליית השימוש במדיה דיגיטלית החוסכת את הצורך בפיתוח סרטים.

הכשרת עובד שיוכל לתפעל את המכונה עשויה להמשך מספר חודשים כיום נכנסות לשוק מכונות, מינילאב, מודרניות המסוגלות לטפל גם בצילומים ממוחשבים ודיגיטליים ברמה גבוהה יותר מהמחשב הביתי או המשרדי הרגיל.

ההשקעה הבסיסית בהקמת עסק לצילום עומדת על כ - 50 אלף ש"ח מינימום וכ - 70 אלף ש"ח לעסק בעיצוב סביר (ללא מכונת מינילאב) עם מבחר רחב של סחורות ובמיקום אטרקטיבי.

## כח אדם

בחנויות קטנות בעל העסק ומשפחתו יכולים בקלות יחסית לתפעל את העסק ללא קשיים.

בחנויות גדולות יותר יש צורך במוכרים, אשר אינם חייבים להבין בצילום אלא להכיר היטב את החנות ומוצריה. במקרה שמתעוררת בעיה - בעל העסק נמצא במקום.

הצורך בעובדים עולה כאשר יש בעסק מכשיר מינילאב ו/או כאשר העסק מספק שרותי צילום והסרטה לארועים ו/או למוסדות ו/או לפרסום וכדומה. במקרים אלו הכרחי להשתמש בכח אדם מקצועי, במרבית המקרים במשרה חלקית או לפי הצורך בלבד.

## מימון

### השקעה נדרשת

כפי שהוסבר לעיל היקף ההשקעה תלוי באופי החנות. המדד העיקרי להיקף ההשקעה הוא האם בחנות תהיה מכונת "המעבדה הזעירה". עלות המכונה נעה בין 250-50 אלף דולר. בנוסף יש להשקיע במלאי של סרטי צילום, אלבומי תמונות, ציוד צילום כגון מצלמות, עדשות, בטריות, מידוף, מצלמה לצילומי פספורטים, רקעים שונים, אביזרי תאורה ועוד.

שטח חנויות צילום נע בטווחים שבין 25 מ"ר ל – 80 מ"ר, רוב החנויות הן בשטח של כ- 40 מ"ר. הציוד הנדרש לשם הקמת חנות כולל: דלפק קבלה, מדפים וארונות ננעלים להנחת האלבומים, המצלמות, העדשות, הסוללות ושאר הציוד אותו מוכרת החנות. כמו כן יש להשקיע בחלון ראוה המציג את הסחורה הנמכרת.

מאחר והציוד אותו מחזיקה החנות הוא יקר, יש להשקיע סכום לא מבוטל במיגון העסק. המיגון יכול אזעקה אלקטרונית ולפי דרישת הביטוח אף סורגים.

ההשקעה המינימלית בפתחת חנות צילום, כולל ההשקעה במלאי התחלתי עשויה להגיע לכ- 70 אלף ש"ח (ללא רכישת ה"מעבדה הזעירה"). כפי שהוסבר קודם לכן.

### תנאי תשלום

הלקוחות משלמים במזומן או בכרטיסי אשראי. לקוחות מוסדיים או גדולים שוטף + 30, עד 60.

### פדיון

נתוני פדיון לעובד בחנות צילום (באלפי ש"ח)

שנה	פדיון לעובד בחנות בה יש מינילאב	פדיון לעובד בחנות בה אין מינילאב
1998	402-491	335-409
1999	447-546	424-518
2000	447-546	424-518
2001	462-564	438-535
2002	461-564	438-535
2003	456-557	432-528

### הערות לטבלה:

- הימצאות חנויות צילום נוספות באזור (כ- 100 מטר) מקרבת את הפדיון לגבול התחתון.
- בחנות אשר פועלת פחות משנתיים הפדיון יהיה נמוך עד- 25% מהמצוין בטבלה.

**אומדן פדיון מצילומי אירועים (באלפי ש"ח)**

פדיון שנתי מינימלי	סוג הצילוד שבבעלות החנות
155-209	מצלמה אחת
311-408	2 מצלמות ומיקסר
464-617	3 מצלמות ומיקסר

הנתונים חושבו על בסיס ביצוע אירועים כחבילה מקובלת הכוללת סרט וידאו/די.וי.די, 100 צילומים וצילומי חוץ. אחוז הרווח הגולמי המשוקלל לחבילה כזו הינו כ- 85%. שכירת ציוד וצלם/ים מקטינה את הרווח בכ- 10-12%. בעלות על ציוד עריכה מעלה כמובן את אחוזי הרווח.

**אחוזי הרווח הגולמי**

▪ לחנות צילום ללא מכונות "המעבדה הזעירה"  
 בפעילויות רגילות – 32% - 40%.

בצילומי פספורט – 59% - 69% (לאחר הפחתת הוצאות בגין נייר).

בצילומי מסמכים – 94% - 96% (לאחר הפחתת הוצאות בגין נייר).

▪ לחנות צילום עם מכונות "המעבדה הזעירה"  
 בפעילויות רגילות – 78% - 82%.

בצילומי פספורט – 59% - 69% (לאחר הפחתת הוצאות בגין נייר).

בצילומי מסמכים – 94% - 96% (לאחר הפחתת הוצאות בגין נייר).

▪ לחנות צילום המוכרת ציוד צילום חדש (הנתונים מתייחסים לציוד בלבד)

- מצלמות עד 1,300 ש"ח 30-40%
- מצלמות מעל 1,300 ש"ח 15-20%
- תיקים 20-30%
- עדשות 15-20%
- כימיקלים ונייר 10-15%
- חצובות 20-30%
- צרכי צילום כלליים 30-40%

**רמת סיכון**

ענף חנויות הצילום מוגדר כענף 'במצב בינוני'. הסיבה לכך היא רמת ההשקעה הגבוהה יחסית, המצב הכלכלי בארץ (צילום מוגדר כמותרות, ולפיכך יורד בסולם ההעדפות של הלקוח הפרטי), רמת המקצועיות הנמוכה הנדרשת לפתיחת עסק והמאפשרת כניסה לכל החפץ בכך.

### רשימות -

לחננויות צילום נדרש רק רשיון עסק מהרשות המקומית.

### ביטוח -

ביטוחי מבנה ותכולה,

ביטוח מלאי,

ביטוח צד ג',

ביטוח אובדן הכנסות,

ביטוח חבות מעבידים,

ביטוח אחריות מקצועית במקרה של מתן שרותי צילום לארועים וכדומה.

יש לשים לב לכך שרוב הסחורה יקרה וקלה לגניבה, כן יש לזכור כי מרבית החומרים והסחורה רגישים לחום ולאש.

מומלץ לבדוק עם סוכני ביטוח כיסוי ספציפי מושלם.

### טיפים -

טרם כניסה לעסק חדש יש לבחון היטב את האזור המיועד לעסק. יש לזכור כי מתחרים (מכל סוג) במרחק קצר יקשו מאוד על העסק.

יש לבדוק היטב הוצאות קבועות צפויות כגון שכירות וארנונה היכולות לשנות משמעותית את כדאיות ההקמה.

מהנתונים עולה כי מכונת ה"מעבדה הזעירה" בחנות מעלה את הפדיון בשיעור ניכר, אולם בגין מחירה הרב של המכונה יש לשקול היטב את כדאיות רכישתה. רצוי לקבל יעוץ נקודתי, ליווי עסקי וחונכות מהמט"י המקומי.

1. מאמצים רבים הושקעו בהבטחת מהימנות ונכונות הנתונים והמידע המופיעים בפרופיל עסקי ענפי זה. יחד עם זאת **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**, מט"י-ישראל, מו"ל הפרופיל ו/או עורכו אינם אחראים לדיוק הנתונים המופיעים בו, ו/או לכל שינוי בהם.
2. השימוש בפרופיל זה ו/או במידע המופיע בו הינו באחריות בלעדית של המשתמש, ואין הרשות לעסקים קטנים, מט"י-ישראל, מו"ל הפרופיל ו/או עורכו אחראים לתוצאות ולנובע מהשימוש הנ"ל.
3. המידע המובא במדריך אינו מהווה תחליף לבדיקה אישית ומקצועית של הנתונים הרלבנטיים, בטרם פועלים על פיהם.
4. פרופיל עסקי זה נערך על-ידי **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל** ועודכן באוקטובר 2004, ע"י מט"י רעננה ואופק פיתוח עסקים ותדמיות בע"מ.