



Phía sau tấm ảnh màu Một cuộc chiến đã ngã ngũ?

PHẠM VĂN TÀI

Ngành nhiếp ảnh toàn cầu và VN không khỏi ngỡ ngàng sau khi hãng phim ảnh AGFA của Đức rút lui khỏi VN vào cuối những năm 1990. Trước đó, AGFA có những chương trình marketing rầm rộ trên cả nước, gây được nhiều tiếng vang trong cộng đồng kinh doanh ngành nhiếp ảnh. Tuy nhiên, ngày 29 tháng 1 năm 2006 lại là một thời khắc đáng nhớ nhất trong lịch sử ngành nhiếp ảnh thế giới: Konica Minolta, một hãng chế tạo phim ảnh có lịch sử phát triển 133 năm tuyên bố từ bỏ ngành kinh doanh nhiếp ảnh trên toàn cầu.

Tại VN, sau khi hãng phim ảnh AGFA rút lui khỏi thị trường, sân chơi chỉ còn dành cho 3 hãng phim ảnh chủ yếu là Konica Minolta, Kodak và Fujifilm. Vào thời điểm năm 2000, Konica (khi đó chưa sáp nhập cùng

Minolta) đang dẫn đầu thị trường, do những nguyên nhân nội bộ nhà phân phối, đã tự thua và nhường phần bán lớn nhất vào tay Fujifilm. Trong khi đó, Kodak cũng có nhiều thay đổi và không thể vươn lên vị trí số 1. Nhưng hẳn người đọc còn muốn tìm hiểu thêm vì nguyên nhân nào mà Konica Minolta lại từ bỏ một ngành kinh doanh đã gắn với họ từ khi lập nghiệp? những nhân tố nào ảnh hưởng đến một tấm ảnh màu?

Thị trường kinh doanh ngành nhiếp ảnh thế giới

Từ năm 2000, ngành nhiếp ảnh toàn cầu chứng kiến những thăng trầm lớn lao do có những sản phẩm mới với công nghệ kỹ thuật số. Những sản phẩm truyền thống là phim (negative film), máy chụp ảnh dùng phim (analog camera), máy rọi ảnh (minilab) và các

vật tư ngành ảnh khác như giấy ảnh, hóa chất tráng rọi... là những mặt hàng chủ lực, đem lại trên 90% lợi nhuận cho các công ty phim ảnh truyền thống như Kodak, Konica, Fujifilm. Tuy nhiên, khi các sản phẩm kỹ thuật số tăng tốc xuất hiện, thì doanh số bán những mặt hàng truyền thống trên của các công ty này giảm liên tục, nghiêm trọng.

Theo Hiệp hội Marketing nhiếp ảnh Mỹ (PMA), sản lượng máy chụp ảnh dùng phim tiêu thụ tại Mỹ từ con số 15 triệu chiếc/ năm 1995 đã giảm chỉ còn 4,5 triệu chiếc/năm 2005. Ngược lại, số lượng máy ảnh kỹ thuật số bán ra tại Mỹ từ 0,4 triệu chiếc/năm 1996 đã tăng đến 20,5 triệu chiếc/năm 2005. Riêng mặt hàng phim chụp ảnh, mỗi năm thị trường Mỹ giảm trên 30%, doanh số từ 733 triệu USD/năm 1994 tụt xuống còn chỉ 315 triệu USD/năm 2005. Một hệ lụy

của công nghệ kỹ thuật số chính là người chơi ảnh chụp ảnh và không in ảnh tại những cửa hàng ảnh mà in tại nhà bằng máy in phun, hoặc họ lưu vào đĩa CD-R. Xu hướng này tạo cơ hội cho những nhà sản xuất máy in, mực in, giấy ảnh nhưng lại tước mất doanh thu của các hãng phim ảnh truyền thống.

Doanh thu của các hãng phim ảnh dựa 50% vào các thị trường Mỹ, Nhật và các nước phát triển của châu Âu. Cũng theo Hiệp hội Marketing nhiếp ảnh Mỹ, tại Bỉ, tổng số máy ảnh dùng phim trên thị trường giảm từ 322 ngàn chiếc/năm 1995 xuống chỉ còn 85 ngàn chiếc/năm 2004. Tại Anh, số máy ảnh dùng phim cũng giảm mạnh từ 3,513 triệu chiếc/năm 1994 xuống chỉ còn 1,320 triệu chiếc/năm 2004, nhưng cùng thời gian này máy chụp ảnh kỹ thuật số tăng từ 55 ngàn chiếc/năm 1997 lên 5,4 triệu chiếc/năm 2004.

Tại Nhật, theo những thông tin từ Noritsu Koki, Konica Minolta, số lượng phim tiêu thụ tại thị trường này giảm từ 417 triệu cuộn/năm 1999 xuống còn chỉ 252 triệu cuộn/năm 2003 và mỗi năm tiếp theo giảm 50%. Máy ảnh kỹ thuật số được bán ra tại thị trường này đã vượt con số 1 triệu chiếc/năm 2005.

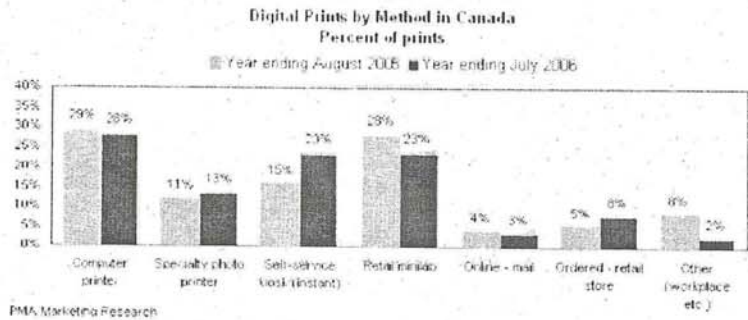
Doanh số bán hàng phim truyền thống và máy ảnh dùng phim giảm đáng kể, nhưng doanh số bán các máy chụp ảnh kỹ thuật số lại không bù nổi chi phí, giá bán máy ảnh kỹ thuật số cứ 3 tháng lại giảm gần 50%. Sự cạnh tranh buộc tất cả các công ty sản xuất máy chụp ảnh kỹ thuật số phải tăng cường nghiên cứu – phát triển (R&D) và tung các sản phẩm mới liên tục, trừ khi họ rút lui khỏi thị trường.

Theo công ty nghiên cứu thị trường InfoTrend, chỉ trong năm 2004, số lượng máy điện thoại di động trên toàn cầu đã vượt con số 150 triệu chiếc và cứ mỗi năm tiếp theo tăng 55% và đạt số lượng 656 triệu chiếc trên toàn cầu vào năm 2008, tương đương với 29 tỷ hình ảnh được chụp. Thị trường Nhật tiêu thụ gần 50% máy điện thoại di động tích hợp máy chụp ảnh có độ phân giải cao. Người chơi ảnh dùng máy điện thoại di

động có chức năng chụp ảnh để gửi ảnh cho bạn bè, lưu vào máy vi tính...nhưng lại ít rơi ra ảnh. Thị phần của máy chụp ảnh kỹ thuật số có độ phân giải dưới 4 megapixel bị những sản phẩm máy điện thoại di động có chức năng chụp ảnh chiếm mất, lại đẩy các công ty phim ảnh truyền thống vào thế khó khăn hơn.

nhất trên tờ *Bưu Điện Bangkok* (Bangkok Post) đề ngày 12.01.2007, Kodak bán bộ phận sản xuất phim y tế cho công ty Onex Healthcare Holdings Inc với giá 2,55 tỷ USD để lấy tiền tài trợ cho cuộc đua công nghệ kỹ thuật số trong ngành nhiếp ảnh. Công ty Fujifilm buộc phải tái cấu trúc lại doanh nghiệp, giảm

Bảng: So sánh tỷ lệ in ảnh màu kỹ thuật số tại Canada năm 2005 và 2006



Nguồn: Hiệp hội Marketing nhiếp ảnh Mỹ (PMA)

Kê sát thị trường Mỹ, thị trường Canada cũng trải qua những thay đổi lớn không chỉ với các sản phẩm máy chụp ảnh. Các phương cách người tiêu dùng in ảnh màu cũng không còn như trước, người ta dùng máy in phun hay các ki-ốt để rơi ảnh và các hình thức khác thay vì như trước đây chỉ có thể rơi ảnh từ những trung tâm ảnh màu.

Những thay đổi của ngành nhiếp ảnh gây ra nhiều hệ lụy rất xấu cho các công ty phim ảnh truyền thống, nhưng cũng tạo cơ hội cho các công ty “ngoại đạo” tham gia ngành này. Các công ty Canon, Sony là những ví dụ điển hình về thành công khi tham gia ngành nhiếp ảnh, ngoài ra còn nhiều công ty điện thoại di động như Nokia, Motorola, Samsung...cũng tham gia với các model điện thoại có chức năng chụp ảnh kỹ thuật số.

Những nguyên nhân trên buộc các công ty phim ảnh phải thay đổi chiến lược kinh doanh của mình. Quý 3.2005, Kodak tuyên bố lỗ 914 triệu USD, công ty đóng cửa hàng loạt nhà máy sản xuất phim, giấy trên toàn cầu và phải cắt đến trên 200 triệu USD để tái cấu trúc doanh nghiệp. Đến quý 3.2006, Kodak vẫn còn lỗ 37 triệu USD (nguồn: <http://www.kodak.com>), theo tin mới

3.000 nhân viên trên toàn cầu. Họ cũng cắt giảm các chi phí marketing, báo cáo tài chính năm 2006 của Fujifilm chỉ ra họ chỉ đạt lợi nhuận dưới 50% của năm 2005, với lợi nhuận ròng năm 2006 là 70.433 triệu yên trong khi năm 2005 Fujifilm đạt lợi nhuận ròng là 164.442 triệu yên (nguồn: <http://www.fujifilm.co.jp>).

Konica Minolta lỗ liên tục, chỉ riêng nhánh kinh doanh phim và giấy ảnh đã lỗ 1.400 triệu yên, nhánh kinh doanh máy ảnh còn lỗ gấp 3 lần số này. Nhận thấy, ngành nhiếp ảnh không thể đem lại lợi nhuận như trước nữa, công ty này đã tuyên bố rút lui hoàn toàn khỏi ngành. Konica Minolta bán lại những kỹ thuật máy ảnh kỹ thuật số cho Sony, kỹ thuật máy minilab cho Noritsu, kỹ thuật giấy ảnh cho Dai Nippon Printing tại Odawara, Konica Minolta chấm dứt một huyền thoại 133 năm hoạt động hoành tráng trên toàn cầu.

Trong một chuyến tìm hiểu ngành nhiếp ảnh Thái Lan của tác giả vào đầu tháng 1.2007, các trung tâm ảnh màu của Konica Minolta tại Thái Lan gặp rất nhiều khó khăn khi công ty này đóng cửa. Họ không thể mua các vật tư ngành nhiếp ảnh của công ty Konica Minolta, bắt buộc họ phải bán các sản phẩm của

các công ty Kodak, Fujifilm trong khi thiết bị in ảnh của họ thích hợp nhất với các vật tư của Konica Minolta. Konica Minolta là một công ty khá thành công ở Thái Lan.

Với một công ty thương mại là Konica Thailand và một công ty sản xuất hóa chất tráng rọi ảnh màu nhưng Konica Minolta quyết định từ bỏ thị trường này cũng như thị trường toàn cầu. Đây là điều ít ai ngờ tới, đặc biệt là các doanh nghiệp – Trung tâm ảnh màu vì họ phải đầu tư trang thiết bị với giá trên 100 ngàn USD, nhưng lại chưa khấu hao được 20% giá trị của thiết bị thì hết cơ hội kinh doanh với công ty bảo trợ.

Thị trường ngành nhiếp ảnh tại VN

VN là một thị trường rất hứa hẹn cho các công ty kinh doanh trong ngành nhiếp ảnh, tiêu thụ khoảng 15 triệu cuộn phim và 200 ngàn máy chụp ảnh/năm. Chi tiêu cho các dịch vụ nhiếp ảnh của người tiêu dùng cũng khá cao. Fujifilm có số trung tâm ảnh màu kỹ thuật số là

194, Kodak có 132 trung tâm ảnh màu kỹ thuật số và Konica Minolta có 146 trung tâm ảnh màu kỹ thuật số. Các trung tâm ảnh màu kỹ thuật số này quyết định 90% doanh thu ngành nhiếp ảnh cả nước. Cuộc cạnh tranh của các công ty này đã gay gắt nay lại có thêm nhiều đối thủ mới như Sony, Canon, Samsung... về các sản phẩm máy chụp ảnh kỹ thuật số. Nhưng riêng về ảnh rọi từ máy minilab (trung tâm ảnh màu) thì chỉ có 3 công ty truyền thống là Fujifilm, Kodak và Konica Minolta.

Konica Minolta có nhà máy sản xuất giấy rọi ảnh ở tỉnh Bình Dương, Fujifilm có nhà máy sản xuất giấy ảnh và máy chụp ảnh tại huyện Củ Chi, TP.HCM trong khi các sản phẩm của Kodak hoàn toàn nhập khẩu. Từ sự tài trợ của các công ty này, các trung tâm ảnh màu của họ có nhiều cuộc chiến tranh về giá rọi ảnh tại các địa phương với kết quả bất phân thắng bại, nhưng nhờ vậy, giá rọi ảnh có khuynh hướng giảm khoảng 40-50% so với những ngày

đầu có trung tâm ảnh màu kỹ thuật số. Konica Minolta sẽ rút hoàn toàn khỏi thị trường VN đến 31.03.2007, các trung tâm ảnh màu của Konica Minolta vẫn phải tiếp tục đi con đường kinh doanh của mình, nhưng không có một tài trợ hay các hoạt động hỗ trợ marketing của Konica Minolta nữa. Họ sẽ rất khó khăn. Nhưng các trung tâm ảnh màu kỹ thuật của các công ty Kodak, Fujifilm cũng gặp rất nhiều khó khăn vì những thay đổi từ thị trường, từ chính công ty Kodak và Fujifilm.

Cuộc chiến giành giật thị trường đã có thêm một người ra đi, nhưng để tồn tại các công ty Kodak và Fujifilm nay lại phải đối mặt với những khó khăn là có nhiều đối thủ cạnh tranh mới, có khi là một công ty sản xuất máy vi tính như HP, Dell hay hàng loạt các nhà sản xuất máy ảnh kỹ thuật số giá rẻ của Trung Quốc. Phía sau mỗi tấm ảnh màu được rọi ra tại trung tâm ảnh màu là những câu chuyện dài về sự tồn tại hay là chết của mỗi doanh nghiệp ■

(Tiếp theo trang 17)

Doanh nghiệp lực lượng ...

4. Phát huy vai trò của các hội, hiệp hội ngành nghề. Cho đến nay, ở nước ta, vị trí và vai trò của các tổ chức xã hội dân sự này chưa được nhận thức rõ, thậm chí còn có những ý kiến kỳ thị, cho rằng đó là những tổ chức có thể gây nguy hại cho công cuộc phát triển đất nước. Chính vì vậy, cần thống nhất nhận thức rằng đó là các hình thức tổ chức liên kết cộng đồng có tính chất tự nguyện, tự quản của doanh nghiệp, không vì mục tiêu lợi nhuận, nhằm phát huy tính năng động, tính tích cực xã hội của mỗi doanh nghiệp, để thực hiện các mục tiêu, quyền lợi và giá trị chung của từng cộng đồng doanh nghiệp, góp phần vào việc thực hiện các mục tiêu kinh tế, xã hội phát triển bền vững đất nước. Đó là những hoạt động để thực hiện những nhiệm vụ mà Nhà nước không nên làm và nếu làm cũng kém hiệu quả; cũng là để bổ sung cho thị trường, khắc phục những khiếm

khuyết của thị trường. Những tổ chức ấy được gọi chung là “xã hội dân sự”, là một trong “ba trụ cột” của kinh tế thị trường (Nhà nước, thị trường, xã hội dân sự).

Trong kinh tế thị trường, các tổ chức này sẽ có vị trí ngày càng quan trọng trong việc tư vấn, trợ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và đảm nhiệm ngày càng nhiều những công việc, nhất là những dịch vụ công mà cơ quan nhà nước sẽ chuyển giao để phục vụ doanh nghiệp đạt hiệu quả cao hơn; mặt khác, đó là thực hiện chức năng cầu nối của các tổ chức này giữa doanh nghiệp và cơ quan nhà nước, thông qua các hội, hiệp hội ngành nghề mà thu hút ý kiến của doanh nghiệp đóng góp vào các chủ trương, chính sách quản lý kinh tế, xã hội. Từ thực tiễn hoạt động của các hội, hiệp hội hiện nay, có hai loại vấn đề cần được quan tâm: (1) một mặt, cần tạo cho các cơ quan công quyền thói quen làm việc và lắng nghe ý kiến của các tổ chức xã hội dân sự, mạnh dạn giao bớt

việc cho họ; và (2) mặt khác, cần nâng cao trình độ của các tổ chức này, để ý kiến phát biểu có căn cứ thực tiễn, thể hiện trung thực tâm tư, nguyện vọng của các thành viên, đồng thời thực hiện có hiệu quả những công việc sẽ được chuyển giao.

Tóm lại, gia nhập WTO, hội nhập sâu hơn vào nền kinh tế thế giới, để cùng hợp tác và cạnh tranh bình đẳng trên một thị trường rộng lớn toàn cầu ... đó chính là công việc rất thiết thân của mỗi doanh nghiệp; mỗi doanh nghiệp phải tự mình phát huy nội lực, cố gắng vươn lên. Thế nhưng, việc nâng cao trách nhiệm của Nhà nước trong việc hoàn thiện thể chế, chính sách, bảo đảm phát huy cao độ sức mạnh toàn dân tộc, giải phóng mọi lực lượng sản xuất, tạo điều kiện cho doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh đồng thời với việc đẩy mạnh cải cách hành chính, xóa bỏ quan liêu, tham nhũng có ý nghĩa rất quyết định ■