

## האם כל שווקי המזון ייעלמו?

**דצמבר 2021**

© כל הזכויות שמורות לחברת **צ'מנסקי בן שחר ושות' בע"מ**.  
כל שימוש ו/או התבססות על המידע הכלול בדו"ח זה ללא קבלת רשות  
מראש ובכתב מחברת **צ'מנסקי בן שחר ושות' בע"מ**, אסור בהחלט.

# צ'מנסקי בן שחר

## כותרת משנה

שווקים עירוניים משתנים ומשתדרגים בהתאם לטרנדים, למגמות ולשינויים בהתנהגות הצרכנית בעולם ובארץ, הם משנים את התמהיל ובכך הופכים ל"שווקים מודרניים". השווקים הופכים מכאלה שמכרו בעיקר מוצרי מזון וסופרמרקט, למקומות המכילים בעיקר מעדניות, שטחי ועסקי הסעדה, בילוי ופנאי, חנויות מעצבים ובוטיקים ומעט חנויות לממכר מוצרי מזון ("רק" שמם נותר עדין "שוק", ו"ירקן שיצא מהשוק לא ישוב"). במקביל, גם קהלי היעד של השווקים ומוצא הגעתם מתחלפים. התהיה העולה, האם ניתן למנוע את העלמות שווקי המזון מחייבו?

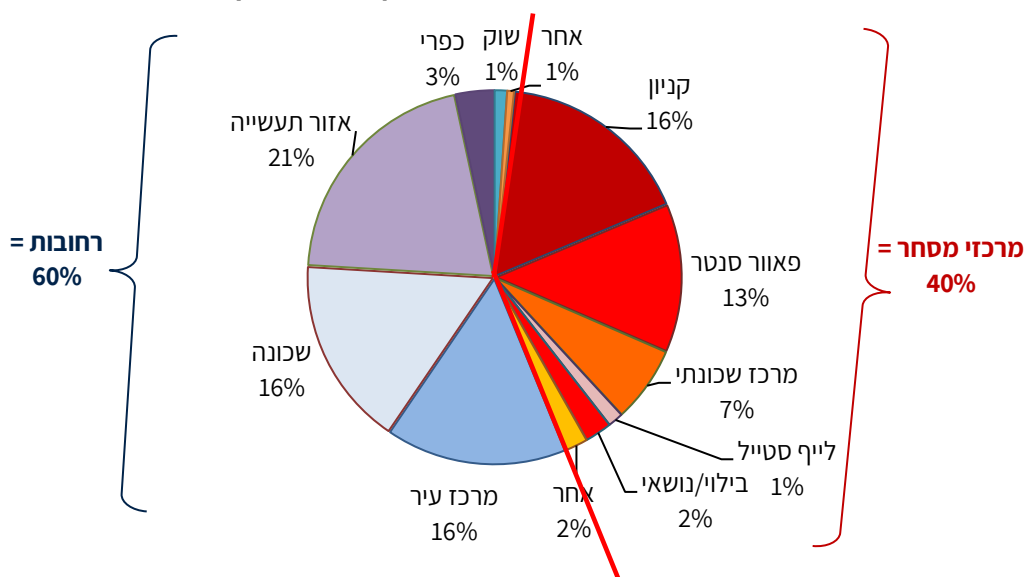
ומהשיר "שוק" של מנחם פאלק: "...לפעמים שוק זה אגדה חיה, עד בוא אדריכל חדשן מארץ זרה, ויצווה לשנותו לנקי, אסתטי ומטופח, ללא ריחות העבר, וללא סיפורי דורות, ללא דמויות צבעוניות שהלכו לעולם...".

## פתיח

חברת צ'מנסקי בן שחר ושות', יצרה ב-2 העשורים האחרונים, אסטרטגיה שיווקית ותכנית פעולה לשוק מחנה יהודה, יצרה קונספט ותמהיל לשוק בכפר סבא ששודרג, לשוק בבאר שבע, לשווקים פרטים ולשוק תלפיות בחיפה. לפיכך, הטור שלהלן מתבסס על הניסיון באיתור המגמות והטרנדים המתרחשים בהתנהגויות הצרכניות ובשווקי המזון והסופרמרקט, ההסעדה, הבילוי והפנאי בעולם ובישראל בכלל ובשווקים בפרט.

כמויות - בישראל קיימים כ-60 שווקים המתחלקים ל-3 תתי-סוגים עיקריים, בשטח של כ-150 אלף מ"ר (תופסים מעל 1% מהיצע כלל שטחי המסחר, כ-10.2 מיליון מ"ר), הפדיון השנתי שהם מחוללים הינו 3.6 מיליארד ש"ח ותופסים כ-4.5% מנתח שוק הסופרמרקטים (כ-80 מיליארד ש"ח בשנה בסך הכול).

תרשים: התפלגות שטחי המסחר בארץ לפי סוג המיקום (%)



# צ'מנסקי בן שחר

**הגדרות** - קיימים 3 תתי-סוגים של שווקים: קבוע, נודד וחלקי, שהם שונים במבנם הפיזי, במוצרים הנמכרים בהם, בבעלות ובשיטת ההפעלה והניהול וכן בימי פעילותם. בשנים האחרונות הוקמו גם מעט שווקים פרטים. כמוצג בלוח להלן:

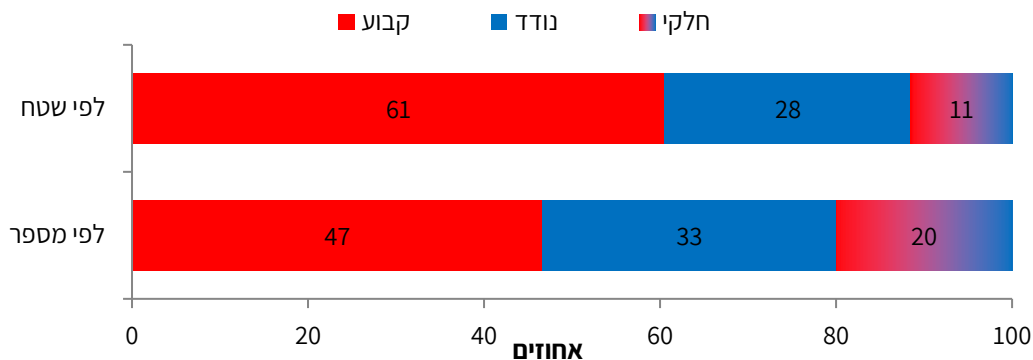
## לוח: הגדרת שווקים מסוגים שונים

סוג שוק	תיאור פיזי	תתי שווקים	בעלות, שיטת הפעלה וניהול	ימי פעילות
קבוע	חנויות ודוכנים קבועים. לרוב לאורך 2 צידי מעבר צר וארוך	בעיקר מוצרי מזון, ביניהם: מזון טרי (פירות וירקות, בשר, גבינות והנלווים להם), מזון יבש ודומיהם	לרוב בעלות פרטית על חנויות ודוכנים - שימוש עצמי או השכרה לסוחרים אחרים ניהול - לרוב ללא ניהול מרכזי	כל יום. חלקם גם בשבת
נודד	דוכנים "ארעיים" ב"מבוך". סוחריו "נודדים" ועובדים כל יום בשוק נודד אחר	בעיקר מוצרי "מחיר" מכל סוג, ביניהם: הלבשה והנעלה, תכשיטים ואביזרים (להלן: "אופנה"), ציוד לבית, צעצועים ומעט מזון, בתמהיל מוגבל מאוד	בעלות של הרשות המקומית - השכרה לסוחרים הפעלה - עירייה או מפעל ניהול - מרכזי	יום בשבוע
חלקי	הכלאה בין שוק קבוע לבין שוק נודד	מוצרי מזון (בעיקר פירות וירקות ללא דגים/בשר הדורשים קירור) בשילוב מוצרי "מחיר" בתמהיל המשתנה בין ימי הפעילות השונים		2-3 ימים בשבוע

**התפלגות השווקים** לפי תת-סוג, ובהתייחס למספרם ושטחם מוצגת בתרשים להלן. השווקים הקבועים תופסים את הנתח המשמעותי

מסך שטחי השווקים וממספרם, אחריהם, השווקים הנודדים;

## תרשים: התפלגות השווקים לפי תת-סוג (%)

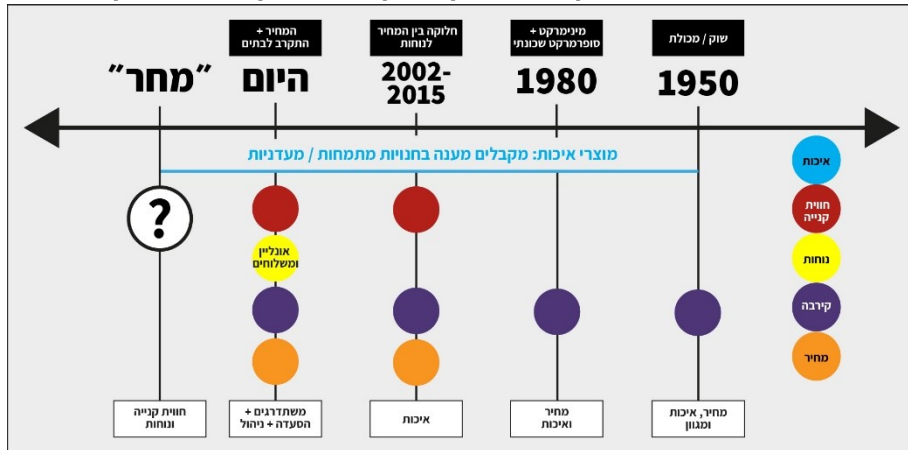


**תמהיל** - בשווקים הקבועים קיימים בעיקר שטחי מזון וסופרמרקט, ונתח שטחים אלו קטן. מאפייני גודל השוק ומספר הדוכנים: בשוק בערי מטרופולין פועלים בממוצע כ-11 אלף מ"ר נטו של שטחי מסחר, המכילים 300-400 חנויות/דוכנים, בשוק בערים גדולות-בינוניות השווקים הינם בשטח של 2-4 אלפי מ"ר בממוצע והם מכילים 100-200 דוכנים, ובערים הקטנות השווקים הינם בשטח של 1-2 אלפי מ"ר בממוצע המכילים 50-100 דוכנים;

**"אבולוציה"** - התפתחות השוק ביחס לשווקי המזון והסופרמרקט על ציר הזמן - בעבר הרחוק, הסופרמרקט השכונתי שהחליף את המכלת סיפק ללקוחות נוחות קנייה ומגוון ליד הבית, חנויות ה"מחיר" הפכו את השוק לפחות רלוונטי. היום, חנויות המחיר מתקרבות לבתים ומכניסות את השווקים לחנויות אלו ובמחירים דומים והאון ליין היום מאפשר לבצע הזמנות מזון ישירות לבתי הלקוחות;

# צ'מנסקי בן שחר

## סכמה: התפתחות השוק ביחס לשוקי המזון והסופרמרקט על ציר הזמן

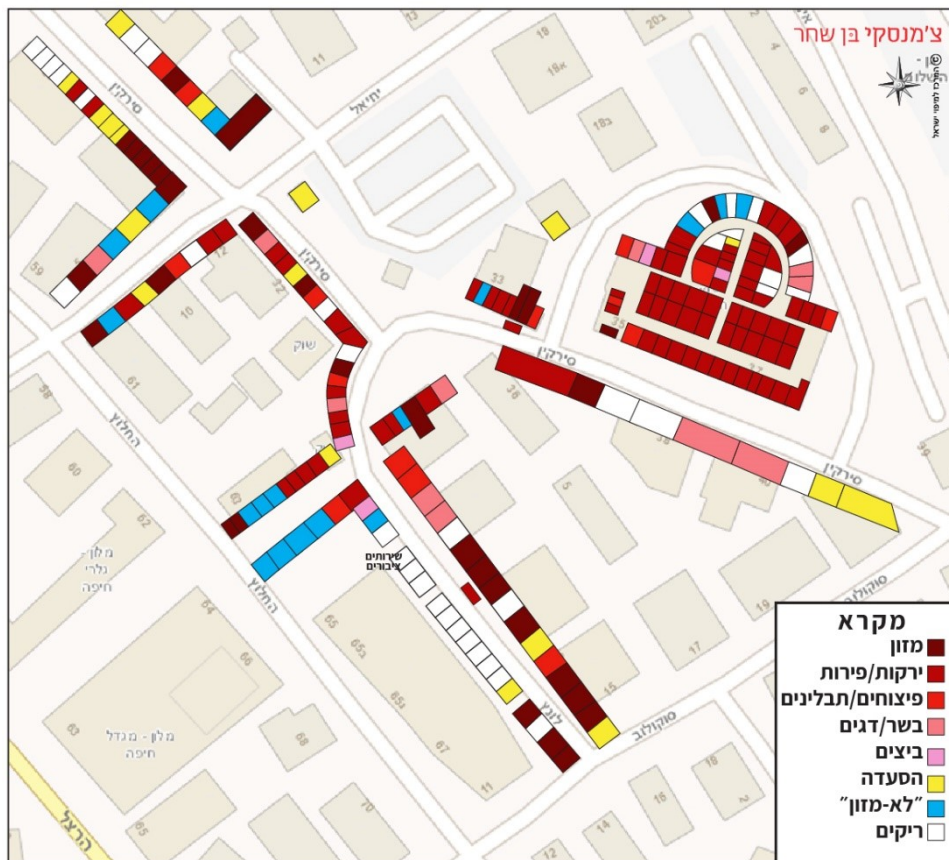


## שוק תלפיות בחיפה כחקר אירוע

המפה להלן מציגה את פריסת החנויות / עסקים בבניין השוק וברחובות הסובבים לו ובחלוקה לתתי-שוקים כפי שנספרה לצורך טור

זה עתה:

## מפה: חנויות/עסקים לפי תתי-שוקים בשוק תלפיות בחיפה היום



מספר החנויות / העסקים בשוק תלפיות הינו 185-195, שטח השוק היום הינו כ-6.9 אלפי מ"ר ברוטו, ותמהיל החנויות מחולק כך ש-

75% מהשוק הינו שטחי מזון וסופרמרקט וכ-10% בלבד מהווים שטחי הסעדה ושהולכים וגדלים;

# צ'מנסקי בן שחר

ממצאי סקר התנהגות שביצעה החברה מצביעים שבממוצע מבקרים הנסקרים 2.7 פעמים בשנה, משמע, בתדירות נמוכה. הנסקרים המתגוררים בקרבת השוק ושהינם תושבי שכונת הדר מבקרים 8.5 פעמים בממוצע, פחות מפעם בחודש. רק 32% הצהירו כי מבקרים בשוק פעם בחודש או יותר. כ-50% מהנסקרים לא ביקרו כלל בשוק תלפיות באותה שנה;

מטרת הביקור: 2/3 הגיעו למטרת רכישת מוצרי מזון, היתר להסעדה, הביקוש לפעילות זו הולכת ומתעצמת;

הרוכשים מוצרי מזון בשוק אוהבים בו את הקרבה לבית (60%), ו-30% את איכות המוצרים והטריות;

כבר בשנת 2017 המליצה **צ'מנסקי בן שחר ושות'** להנהלת העיר במסגרת תוכנית אסטרטגית כלכלית ושיווקית ותכנית פעולה שנוצרה לשוק, לשלב בין "השוק הקלאסי" לבין "השוק המודרני" תוך יצירת היצע ומגוון מוצרי מזון עם היצע מוגבל של הסעדה (בסגנון שוק מחנה יהודה). בבסיס התוכנית הובא הצורך בחיזוק השוק "השכונתי" הקיים על ידי שדרוגו (לשפץ את מבנה השוק ולאכלס בו תמהיל עירוני מגוון, הפיכת רחוב סירקין למדרחוב, בניית חניון תת-קרקעי, הרחבת המדרכות וביטול מקומות החנייה בחזית הדוכנים ועוד), הפיכתו ל"שוק עירוני" והרחבת תמהיל ההסעדה בו. בפועל כיום לרכישת מוצרי מזון מגיעה בעיקר האוכלוסייה הקרובה לשוק, לעסקי ההסעדה שנפתחו בשוק בשנים האחרונות מגיעים קהלים מכול העיר מסביבת חיפה ומכול הארץ. כלומר, **גם שוק תלפיות**

**הופך למוקד ולמותג קולינארי ארצי.**

## מהתרחש בשוקי נוספים בישראל

**שוק מחנה יהודה** - מכיל כ-350 עסקים, בשטח כולל של כ-14 אלף מ"ר, בשנת 2016, 47% מהיצע שטחי השוק פעלו בתחומי המזון והסופרמרקט, ומ-33% שפעלו בתת-שוק ההסעדה, התרחבו ותופסים כיום 45%-40% משטחי השוק. בעלי הדוכנים והחנויות ה"ישנות" מעדיפים להנות מדמי שכירות חודשיים של 30 אלף ש"ח ויותר עבור החנות שלהם, מאשר לעבוד בעצמם ועל כן בוחרים להשכיר אותן. כתוצאה מכך, חלק מחנויות המזון והירקות התחלפו במעדניות וחנויות מתמחות במזון וירקות יותר. כל זה חולל שינוי גם בתמהיל הלקוחות של השוק ויעדי הצריכה שלהם: מרכישת מוצרי מזון וירקות, להסעדה ולרכישת מוצרי מעדניות מיוחדות. הצפוי הוא ששטחי ההסעדה ובילוי ימשיכו לדחוק את השוק הקלאסי **עד היעלמותו**;

**שוק הפשפשים** - כבר ל"לא פשפשים" ("שמאטס" כפי שנקרא על ידי אנשי העירייה ושקיימים ופועלים רבים כמותו בעולם). בשנת 2000 היצע חנויות הלבשת הבית תפסו 56%, בשנת 2016, 37% בלבד, והיום פחות מ-25%. בעבר עסקי ההסעדה תפסו 9% בלבד מהיצע השטחים, בשנת 2016 כ-15%, והיום 30%-25%. בימים א-ד מתחוללת תפוסה נמוכה בעסקי ההסעדה, בסופי שבוע השוק ועסקי ההסעדה בו בתפוסה גבוהה מאוד כשמרבית המבקרים אינם תושבי תל אביב;

**שוק לוינסקי** - עירית תל אביב, "ניצלה" בחוכמה את השפעות הקורונה וסגרה את הרחובות לתנועת כלי רכב והפכה אותם למדרחובים, ללא שיפוץ נוסף, ובאופן שיצר מוקד מצליח ומתפקד של הסעדה ובילוי הן לתושבי תל אביב והמתגוררים בסמיכות אליו

והן למבקרים בעיר ובשוק;

# צ'מנסקי בן שחר

---

**שוק הכרמל** - כולל 16 אלף מ"ר. נהנה מהימצאותו במרכז העיר והמצאות כוח קנייה גדול של תושבים המתגוררים "עליו". השוק עדין שומר על נתח גדול ומשמעותי של עסקי מזון וסופרמרקט. בקצוות השדרה המרכזית שבו, ובשוליו מתפתחת גם כן "סצנה" של עסקי הסעדה טרנדית, ברים, ודוכני מזון לסוגיהם; בכולם, עם השינוי בעולם התחרותי, המחירים עלו בשווקים ואיבדו את יתרונם התחרותי, ונתרו רק עם הטרויות והאיכות. כתוצאה מכך, הקהלים הקבועים שפקדו את השווקים והיו מגיעים ברגל, ו/או באוטובוס, "נעלמו". במקומם מגיעים קהלים אחרים, שמחפשים את הבילוי, את הקנייה המיוחדת ואת החוויה של השוק המסורתי / הקלאסי, אבל, זו כבר חלפה מבלי שוב;

**ראיה הצופה את פני העתיד והנדרש** - שוק כמו מרכז עיר מתפקד כחלק מההוויה העירונית, משמש כעוגן לפעילותו ולאחרים סביבו. כיום השוק מתחבר לטרנד ההסעדה, בתי הקפה והבילוי. שווקים עירוניים ציבוריים רבים לוקים בהעדר קונספט ותמהיל ברור (סיפור למוצר), מניהול עירוני שאינו מקצועי (מבחינת ניהול, תפעול ותחזוקת השוק) וממיקום נחות בקצה העיר (את השווקים ה"נודדים" הרחיקו וניתקו מכוח הקנייה). בכל אלו יש לטפל! חלק מהשווקים כבר השתנו, וכולם נדרשים להמציא עצמם מחדש. משמע, יצליחו אלו שיספרו "סיפור חדש", יספקו גם צרכים אחרים ללקוח מעבר לאיכות המוצר ולמחיר, ויעניקו ללקוחותיהם חווית קנייה, בילוי והסעדה, יחד עם עוגן של השוק ה"קלאסי".

**והתקווה שגם השוק ה"קלאסי" עם הריחות, הרעשים, הטעמים והחוויה לא ייעלמו מחיינו!**