

## פרופיל עסקי ענפי:

## גן אירועים

### **הענף:**

#### נתוני הענף

בישראל פועלים כיום, על פי הערכה, כ- 700 מקומות המיועדים לאירועים. כ- 170-200 מתוכם מוגדרים כגני אירועים ויתרתם כאולמות שמחה.

◀ החלוקה הגיאוגרפית הנה:

◀ ירושלים והסביבה – כ- 75.

◀ ת"א והמרכז – כ- 175.

◀ חיפה והצפון – כ- 205.

◀ השפלה והדרום – כ- 150.

◀ השרון – כ- 90.

#### חלוקת משנה ענפית

גן אירועים עשוי לפעול ב- 2 מתכונות:

◀ הפעלה כאולם שמחות, תוך אספקת מכלול השירותים הנדרשים לשמחה/אירוע: מזון, הגשה, קישוט, מוסיקה וכל השאר.

◀ הפעלה אקסטנסיבית. אחזקת הגן בלבד, בעוד יתר הפעילות מוזמנת ומבוצעת על ידי בעלי השמחה. מסלול זה מתאים לגנים בראשית דרכם, המעוניינים לצמצם את ההשקעה הראשונית.

### **השוק:**

#### מאפייני השוק

בגני אירועים נערכים מסוגים שונים: חתונות, מסיבות בר מצווה וברית מילה וכינוסים למיניהם. מתוכם, החתונות מהוות את עיקר תפוסת הגנים.

הגנים ממוקמים מחוץ למרכזי הערים ומתפרשים על שטח רחב יחסית. ייחודם באווירה הכפרית ובמרחבים שהם מציעים.

עונתיות - גני האירועים פועלים בעיקר בחודשים מאי עד אוקטובר, אם כי כיום מרביתם מותאמים גם לפעילות בחורף. במהלך השבוע מורגשת פעילות שיא בימי שלישי ("פעמיים כי טוב").

גני אירועים רבים מוקמים בסביבות גן, בריכת שחיה, מטע עצי פרי או אתר טבע.

## לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

- ◀ קהל הלקוחות הפוטנציאלי לעריכת אירועים בגנים כולל את כלל האוכלוסייה, בכל הארץ. קהל היעד העיקרי הוא זוגות נישאים. קהלים נוספים הם משפחות העורכות בר/בת-מצווה או ברית מילה. בכל שנה נערכות בארץ כ- 40,000 חתונות, זאת בנוסף לכ- 140,000 אירועי בר ובת מצווה וכ- 50,000 בריתות.
- ◀ פוטנציאל נוסף טמון בחברות עסקיות וועדי עובדים העורכים אירועים שנתיים או תקופתיים, ומחפשים מקום ייחודי לצורך כך.

### פילוח השוק:

- ◀ גיאוגרפי - גן אירועים משרת לקוחות הן מהסביבה הקרובה והן מאזורים המרוחקים ממנו. פוטנציאל הלקוחות העיקרי המוערך הוא ברדיוס של כ- 50 ק"מ מהגן.
- ◀ מעמד כלכלי - עיקר קהל הלקוחות הוא מבני המעמד הבינוני ומעלה.

## תחרות

- את הגורמים המתחרים בגן אירועים ניתן לחלק לשלוש קבוצות עיקריות:
- ◀ בתי מלון - בהם נערכים בד"כ אירועים יוקרתיים במיוחד ולכן פלח השוק שלהם מצומצם יחסית. בתי המלון מתחרים עם גני האירועים על פלח השוק היוקרתי.
  - ◀ אולמות אירועים - אולמות האירועים מעוצבים בסגנונות שונים, ומייעדים עצמם לקהלי יעד שונים. אולמות המעוצבים בסגנון כפרי או בסגנון גן מהווים את המתחרה העיקרי. חלק מאולמות אירועים מקיימים בקיץ את החופה, או את האירוע כולו, במרפסת פתוחה אשר מעוצבת בסגנון גן, ובכך משפרים את יכולתם להתחרות מול גני האירועים.
  - ◀ גני אירועים אחרים - בעיקר אלו המעוצבים בסגנון דומה ו/או הממוקמים באותה סביבה גיאוגרפית. ככל ששני הפרמטרים גבוהים יותר, תהיה התחרות חזקה יותר.

### יתרונות מול המתחרים:

- ◀ גני האירועים נתפסים כיוקרתיים יותר לעומת האולמות.
- ◀ הריחוק מהעיר מאפשר חנייה נוחה ושעות הפעלה גמישות.
- ◀ המרחבים מחוץ לעיר מאפשרים שימוש בשטח נרחב, בעלויות נמוכות יחסית.
- ◀ אין מגבלת שעות פעילות ורמת הרעש, עקב המרחק מאזורי מגורים.

### חסרונות מול המתחרים:

- ◀ עונתיות - בכדי להמשיך ולפעול גם בחורף יש צורך בהשקעה נוספת לצורך סגירת המקום. בכך מוגבלת תכולת האתר ובמקרים מסוימים נפגע אופיו הכפרי. בקיץ ייתכן מזג אוויר לא נוח או פעילות מוגברת של יתושים וזבובים שיפגמו בהנאה מהאירוע. אולמות אירועים, מצד שני, פועלים ללא שינוי, בכל מזג אוויר, כל השנה.
- ◀ אולמות יכולים להציע אווירת פאר ולהפעיל פירוטכניקה ביתר קלות.
- ◀ זמן נסיעה והגעה ארוך יחסית.

## ספקים

הספקים מולם מתבצעת העבודה מתחלקים לשלוש קבוצות עיקריות:

ספקי ציוד:

- ◀ ציוד למטבח - בארץ פועלים ספקים שונים המסוגלים לתת פתרונות לצרכי המטבח השונים של המסעדה. חשוב לוודא כי הספק נותן גם תמיכה ושירות לציוד.
- ◀ ציוד לאזור האירוח - כולל שולחנות, כסאות, מפות, דלפקי הגשה וכיו"ב. ישנם ספקים רבים המספקים ציוד זה.
- ◀ כלי אוכל - צלחות, כוסות, סכו"ם, כלי הגשה וכו'. ישנם ספקים רבים המספקים ציוד זה. עלות המחיר משתנה בהתאם לאיכות הכלים. יש לקחת בחשבון פחת שנתי של כ- 5% מהציוד השביר.

ספקי מזון ומשקאות:

בארץ קיים מגוון רחב של ספקי מזון ומשקאות. החשיבות העיקרית בבחירת הספקים מולם מתבצעת העבודה הינה, בנוסף למחיר, גם אמינותם וטיב הסחורה אותה הם מספקים. יש לבדוק את כדאיות העבודה מול ספק אחד כנגד עבודה עם מספר ספקים.

ספקים נוספים:

- ◀ ספקי פרחים - ניתן להיעזר בשירותיהם של מעצבי סידורי פרחים או בחנויות פרחים.
- ◀ קבלני משנה בתחום הגינון - לצורך אחזקת הגן.
- ◀ מוסיקה - ניתן להפנות לקוחות לתקליטן או להקה העובדים עם גן האירועים באופן קבוע, או לאפשר ללקוח לבחור בעצמו תקליטן או להקה.
- בכל אחד מן התחומים הללו פועלים ספקים רבים. חוסר אמינות או תקלות מצד ספק כלשהו יפגעו במוניטין של הגן ולכן יש חשיבות רבה לבחירה זהירה של ספקים.

## אמצעי שיווק

בתקופה הראשונה להפעלתו של גן האירועים נדרשים מאמצי שיווק רבים. אמצעי השיווק המקובלים הם:

- ◀ פרסום באמצעי התקשורת (בעיקר עיתונות, אך גם רדיו).
- ◀ פרסום במדריכי חתונות ובאתרי אינטרנט ייעודיים.
- ◀ הקמת אתר אינטרנט עצמי.
- ◀ שילוט חוצות והכוונה, בעיקר בסביבת הגן.
- ◀ יחסי ציבור - דיווח על אירועים בהשתתפות אישי ציבור ידועים או עם אטרקציות ייחודיות ושילוב כתבות מחמיאות על המקום בעיתונות.
- ◀ חתימת הסכמים עם משרדי תיווך לארגון אירועים.

לאחר צבירת מוניטין השיווק נעשה "מפה לאוזן" וכמעט שלא נדרשת השקעה כספית נוספת. עובדה זו נובעת מכך שבמהלך כל אירוע בגן נחשפות אליו קבוצות גדולות של אנשים, המשתייכים לפלח השוק הפוטנציאלי מבחינת גילם וסגנון חייהם.

## גורמים משפיעים על הצלחה:

גורם ההצלחה המרכזי הנו מוטיבציה. גן המצליח למצב את עצמו מול קהל לקוחות בעל סגנון מסוים יזכה לתפוסה גבוהה. כמו כן נדרשת שליטה בהוצאות התפעוליות על מנת לשמור על רווחיות.

## מחסומי כניסה לענף:

- ◀ חסם הכניסה העיקרי הנו ההשקעה הגבוהה הנדרשת להקמת גן אירועים. התחרות הרבה בענף מחייבת השקעה באטרקציות ייחודיות.
- ◀ חסמי כניסה נוספים הנם תהליך קבלת רישיון עסק ושינוי יעוד קרקע, במידה ונדרש.

## כח אדם:

- כח האדם הדרוש משתנה בהתאם לדרך הפעלת הגן. במידה והמטבח מופעל ע"י הבעלים יידרשו:
- ◀ שף - הביקוש לשפים מקצועיים גבוה ומשכורותיהם בהתאם.
  - ◀ מלצרים - בישראל מקצוע המלצרות אינו רשמי. רמת המקצועיות נמוכה והתחלופה גבוהה מאד. מקובל לקבל מלצר מתחיל לאחר 10-4 ימי הכשרה.
  - ◀ עובדים כלליים - עוזרי טבח, מדיחי כלים, עובדי ניקיון ועוד. עובדים אלה אינם נדרשים להכשרה מיוחדת. התחלופה בקרב עובדים אלה גבוהה במיוחד.
- בצד הניהולי-תפעולי של הגן נדרשים:
- ◀ מנהל מקצועי - אחראי לניהול שוטף ולתפקוד הגן. עבודת המנהל מורכבת ודורשת ניסיון רב בתחומים רבים. לכן מומלץ להעסיק מנהל בעל ניסיון בתחום.
  - ◀ מנהל אירוע – אחראי להפעלתו והצלחתו של אירוע המתרחש בגן.
  - ◀ אנשי שירות לקוחות/מכירות - משמשים כתובת לפניית הלקוחות, מבצעים את המכירה ודואגים להפקה ולתאום האירועים.
  - ◀ אנשי גינון ואחזקה בהתאם לגודל הגן, רמת הגינון הרצויה ואופי המבנים. כתחליף להעסקת עובדים קבועים ניתן להשתמש בשירותיהם של קבלני משנה.

## מימון:

### השקעה נדרשת

- ההשקעה הנדרשת משתנה כתלות במספר פרמטרים:
- ◀ גן קיים המותאם לשמש כגן אירועים, מול גן חדש לחלוטין.
  - ◀ גן המספק את המקום בלבד, מול גן עם מטבח ושירותים מלאים.
  - ◀ הפעלה במשך כל השנה מול הפעלה בקיץ בלבד.
  - ◀ מספר החוגגים אותם ניתן לארח בגן.
  - ◀ מידת הפאר והיוקרה אותם אמור לשדר הגן.
- בשל מורכבות ההשקעה ומגוון האפשרויות, אין לוותר על בדיקת מומחה לפני ביצוע ההשקעה.

### פדיון ורווחיות בענף

הפדיון בגן אירועים נגזר משיטת ההפעלה – במתכונת אירוח מלאה או כהשכרת המקום בלבד:

- ◀ במתכונת אירוח מלאה הפדיון מחושב על פי מחיר למנה, במכפלת מספר המנות. מחיר מנה עשוי לנוע בין \$37 בגנים הזולים ועד ל-\$60 למנה בגנים היוקרתיים.
- ◀ בהשכרת המקום מחושב המחיר כתשלום קבוע, בהתאם לגודלו, המיקום ומידת הביקוש לו.

גורמים נוספים המשפיעים על הפדיון:

- ◀ עונת השנה.
- ◀ תוספות כגון סידורי פרחים, תאורה, אפקטים.

ההוצאות לחומרים מוערכות ב- 28-33% מהפדיון.

### תנאי תשלום מקובלים

אשראי ספקים:

תנאי התשלום המקובלים בעבודה מול ספקים הם מגוונים, בהתאם לכוח הקנייה והמיקוח של שני הצדדים, וליחסים וההיכרות ביניהם. במקרים מסוימים ניתן לרכוש את הציוד הקבוע בתשלומים.

אשראי לקוחות:

ברוב גני האירועים משולמת מקדמה עם הסיכום לגבי עריכת האירוע (בד"כ מקדמה בגובה של 2,000-5,000 ₪. באולמות היוקרתיים מגיעה המקדמה ל- 10% ממחיר האירוע). יתרת הסכום משולמת במזומן מיד בתום האירוע.

### רמת הסיכון:

ההשקעה הגדולה והתחרות הרבה בענף מעמידים את העסקים ברמת סיכון גבוהה מהממוצע. לפיכך, נדרשת הכנת תכנית עסקית קפדנית למניעת כשלון עסקי.

## תהליכי עבודה אופייניים:

הזמנה:

- ◀ בשלב ההזמנה יש למלא מסמך הכולל את הפרטים העיקריים, ובהם שעת עריכת האירוע, מספר המוזמנים, תפריט המזון, תוספות (סידורי פרחים, תקליטן וכיו"ב) ודרישות מיוחדות.
- ◀ גם לאחר שנתקבלה הזמנה, יש להיערך לשינויים פתאומיים ולשינויים בלוחות הזמנים, וכדאי להגדיר את הנוהל לכך מראש.

אספקת המזון:

באמצעות הגן עצמו:

- ◀ הזמנת סחורה וקבלתה - יש להחליט עם הלקוחות על התפריט לאירוע ולהזמין מזון בהתאם. יש לקחת בחשבון את זמן תגובת הספקים להזמנה ואת אורך חיי המדף של המוצרים שהוזמנו.
- ◀ עיבוד והכנת המזון ע"פ תוכנית ידועה מראש.
- ◀ חלוקה - העברת המזון מן המטבח למלצרים ואל האורחים – בהגשה או במזנון.
- ◀ איסוף - איסוף שאריות המזון, פינוי וניקיון.

באמצעות שירות הסעדה:

- ◀ במקרה זה אין לגן האירועים אחריות ישירה לנושא המזון. יחד עם זאת, על הגן להיות מעודכן בהסכם שבין ספק השירות לבעל השמחה בעיקר לגבי ל"ז, דרכי הגשה ופינוי, צרכי חשמל, תאורה וכיו"ב. פגמים ותקלות יפגעו בשמו הטוב של גן האירועים.

## רישיונות ואישורים:

תהליך רישוי העסק הינו ארוך ומסובך. הרישיונות הנדרשים הם:

- ◀ רישיון עסק מטעם הרשות המקומית. רישיון זה מותנה בקבלת אישור המשטרה ומשרד הבריאות.
- ◀ במידה והקרקע היא חקלאית, יש לקבל ממנהל מקרקעי ישראל אישור על שינוי ייעוד הקרקע או אישור לשימוש חורג.

## ביטוחים:

- ◀ ביטוח עסק (תכולה ומלאי) וביטוח צד שלישי.
  - ◀ ביטוח כנגד הרעלת מזון.
  - ◀ ביטוח חבות מעבידים.
  - ◀ ביטוח אובדן הכנסות.
  - ◀ ביטוח שבר מכני וקלקול סחורה.
- בנוסף למצוין לעיל, מומלץ להיוועץ בסוכן ביטוח לגבי הצורך בביטוחים נוספים.

## טיפים:

- ◀ המורכבות הרבה בהקמה ובתפעול והתחרות בענף מחייבים הכנת תכנית עסקית ובדיקה כלכלית קפדנית לפני הקמת העסק. כמו כן מומלץ להיעזר בליווי מומחה בענף במהלך ההקמה, על מנת לוודא התייחסות נאותה לכלל הפרטים הקטנים המרכיבים את התהליך כולו.
- ◀ התחרות הרבה בין הגנים מחייבת יצירת גורמי משיכה. בין הגורמים ניתן למנות את מיקום הגן ליד מקור מים דוגמת אגם, נחל, ים או בריכה מלאכותית או ליד מבנה מושך - כדוגמת בית כפרי, טירה, או אתר היסטורי. גם עריכת אירועים בסגנון מיוחד יכולים להוות גורם משיכה ממין זה.
- ◀ למיקום הגן חשיבות מכרעת בהצלחתו. האתר אמור לענות על מספר קריטריונים:
  - יופי טבעי - מקור מים טבעי או מלאכותי יסייע ביצירת אווירה, אך יש לבחון אותו בזהירות שכן דרך מקורות מים רבים מוזרמים מי שפכים וברבים מהם שורצים יתושים. רצוי לא להתמקם ליד מפגעים כמזבלה או כביש ראשי.
  - רעש - אחד המכשולים העשויים לשבש את פעילות הגן או למנוע ממנו קבלת רישיון עסק, הוא תלונות של תושבים על רעש ומפגעים אחרים הנגרמים ע"י גן האירועים. לכן מומלץ בשלב בחירת האתר לבצע בדיקת רעש בשעות הערב, כדי לוודא שלא נגרמת הפרעה לתושבים באזור.
  - נוחות הגעה וחנייה - שילוט מתאים וברור וחנייה נוחה וקרובה.
- ◀ יש לקחת בחשבון כי תהליך קבלת הרישוי ארוך ומורכב ועלול אף להיתקע בדרך. רצוי, על כן, לבצע השקעות משמעותיות רק לאחר ודאות גבוהה בכך שהעסק אכן יורשה לפעול.
- ◀ כשרות - גורם הכשרות הינו משמעותי בעיקר לגני אירועים המשרתים אוכלוסייה מגוונת או מארחים טקסים דתיים (כגון: חתונות, בר מצוות וברית מילה). לכשרות עלות נוספת, היא מגבילה את התפריט המוצע ומחייבת סגירה בשבת, אך הכרחית ברוב המקרים.
- ◀ מומלץ להיעזר במט"י המקומי בהקמת העסק ובהפעלתו.

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, מ"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, מ"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 עודכן בנובמבר 2004 על-ידי אמיר כבירי - ייעוץ כלכלי ועסקי עבור **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**.