

## הענף:

## נתוני הענף

בארץ פועלים כיום כ- 353 סוכנויות למכירת רכב חדש ויד שניה. ברשימה 23 יבואנים, השולטים בשוק (כל הסוכנויות למכירת רכב חדש הינן למעשה זכייניות של יבואנים אלה). בנוסף, קיימות 5 חברות המתמחות בייבוא אישי של מכוניות. הנתונים אינם כוללים סוחרי רכב לא מורשים..

## פילוח איזורי של עסקים למכירת מכוניות הוא:

האיזור	סוכנויות / רכב חדש
ירושלים והסביבה	23
תל-אביב והמרכז	113
חיפה והצפון	101
השפלה והדרום	62
השרון	52
יהודה ושומרון	2
<b>סה"כ</b>	<b>353</b>

במהלך שנת 2003 נוספו למצבת כלי הרכב כ-150 אלף כלי רכב, מהם כ-132 אלף כלי רכב חדשים (כ-58 אלף משנת ייצור 2003 וכ-74 אלף משנת ייצור 2004). בתקופה זו נגרעו מהמצבה כ-128 אלף כלי רכב, כך שהתוספת נטו למצבת כלי הרכב הסתכמה בכ-22 אלף כלי רכב בלבד. מבין כלי הרכב החדשים שנוספו בשנת 2003, כ-96 אלף היו רכב נוסעים פרטי.

## חלוקת משנה ענפית

בענף מכירת כלי רכב ניתן להבחין בחלוקה הבאה:

- **מכירת רכב חדש** – חברות אלה נציגות זכייניות של יבואני הרכב.
- **מכירת רכב "יד שניה" מהשכרה וליסינג** – חברות אלה מקושרות לחברות ההשכרה הגדולות או חברות-בת שלהן, ומוכרות רכב, הנמצא על הכביש פחות משנה. הקונה מקבל תנאי מימון נוחים לביצוע העסקה, החלפה תמורת רכבו (טרייד אין) ואחריות לשנה ויותר.
- **מכירת מכוניות משומשות** – נמכרים רכבים בבעלות העסק או רכבים הנמצאים במגרש בקונסיגנציה.
- **מכרזי רכב** – רכב שהיה בבעלות הממשלה, הצבא, חברות ממשלתיות וציבוריות וכונסי נכסים מוצע למכירה במכרז. חלק ניכר ממכרזים אלה מנותבים לחברת ממון או חברות דומות, המתמחות בתחום. הרכישה במכרז פתוחה לכל.
- **מכירה פרטית** – חלק גדול מהרכבים, בעיקר דגמים חדשים או פופולריים מוצעים למכירה לקהל הרחב במישרין ע"י הבעלים. ההיצע מתבצע באמצעות מודעה בעיתון ו/או באתרי האינטרנט והמכירה מתבצעת במשא-ומתן בין המוכר לקונה.

## השוק:

### מאפייני השוק:

ענף מכירת המכוניות מאופיין במספר היבטים:

- **מוניטין** – זהו הנכס החשוב ביותר של בעל עסק למכירת מכוניות משומשות ושל העובדים בעסק. מכיוון שעסקאות רבות מתבצעות עם לקוחות מזדמנים, רמת נאמנות הלקוחות היא גבוהה יחסית, כל עוד הלקוח סבור שהוא מקבל שירות אמין ואיכותי.
- **קשר עם מנהלי צי-רכב** בחברות עסקיות יכול להיות מקור אספקה לרכבים משומשים למכירה.
- **שמירת קשר עם לקוחות פרטיים** – מתן עצות ותשומת לב לאחר המכירה מסייע להרחבת חוג הלקוחות ולמכירות חוזרות.
- בענף יש **תחרות רבה**. התחרות נובעת בעיקר מהיצע גדול של רכבים משומשים בשנים האחרונות.
- כתוצאה מהתרחבות ענף הליסינג התפעולי, הרבה חברות מתמחות במכירת רכבים (יד ראשונה), עם אחריות, תנאי מימון נוחים ומבחר גדול.

### לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

השוק מורכב ממספר תת-קבוצות:

- לקוחות מזדמנים / יחידים המעוניינים לרכוש רכב.
- לקוחות מזדמנים / יחידים המעוניינים להחליף רכב.
- לקוחות מזדמנים / יחידים המעוניינים למכור רכב.
- לקוחות מוסדיים – ציי כלי רכב של חברות ותאגידים רוכשים בדרך-כלל כלי רכב במישרין מהיבואנים או מסוכנויות גדולות בתנאים מיוחדים.
- לקוחות המעוניינים בכלי רכב מיוחדים – כלי רכב לאספנות, ג'פים, "רכב שטח", טנדרים, משאיות קלות וכד'.
- לקוחות המעוניינים לרכוש או למכור רכב חקלאי / טרקטורים.
- כיום מקובלת שיטת ביניים בין רכישה/השכרה והינה ההחכרה התפעולית. בשיטה זו יכול הלקוח לשכור רכב חדש לתקופה קצובה בד"כ 36 חודשים עם אופציה לרכישת הרכב בתם התקופה במחיר מוסכם מראש ו/או להמשיך את העסקה עם רכב חדש.

## אמצעי שיווק

בשל התחרות הרבה בענף, כאמור, הסוחרים חייבים להשקיע משאבים בשיווק ובפרסום:

- שירות ואמינות – מרכיב זה הינו היעיל ביותר (ביחס של עלות/תועלת). לקוחות מרוצים מפיצים את שם העסק / הסוחר מפה לאוזן והלקוחות הפוטנציאליים באים בכוונה לקנות ברמת חששות נמוכה, יחסית.
- פירסום חוצות – שילוט באיזור מגרש המכירה ובשלטי הכוונה באיזור – הינם מכשיר יעיל, גם הוא, לרכישת לקוחות.
- פירסום במקומונים ובמדריכים המסווגים, כולל מבצעים. בעלי העסקים מציעים את מרכולתם בלוחות המודעות, באמצעות מספר כלי רכב מדגמים שונים בהדגשת הייחודיות של הרכב. מטרת הפרסום היא, בראש ובראשונה, לקבל מידע על לקוח פוטנציאלי, לשכנע אותו להגיע למגרש כדי לבחון את הרכב המסוים או להציע לו כלי רכב אחרים מהמלאי.
- יבואנים וסוכנויות של כלי רכב חדשים מפרסמים בכל אמצעי התקשורת, כולל רדיו וטלוויזיה. הפרסומת מדגישה את יתרונות הרכב.
- מבצעי מימון – רב יבואני הרכב וסוחרי הרכב קשורים עם גורמים מממנים המאפשרים להציע חבילות מימון ללקוחות פוטנציאליים, לעיתים עד 100% ממחיר הרכב.
- מחלקות טרייד אין – רב הסוחרים הגדולים והיבואנים מפעילים מחלקות טרייד אין המוכנות בתנאים מסויימים לרכוש את רכבו של הלקוח עד מחיר המחירון שלו.

## ספקים

ספקים בתחום מכירת רכב מתחלקים לתחומים הבאים:

- **יבואנים** - בארץ 14 חברות המרכזות כמעט את כל יבוא הרכב החדש לארץ. ליבואנים אלה רשת של סוכנויות / זכייניות / חברות בת ברחבי הארץ.
- **חברות ההשכרה והליסינג** הגדולות הינן ספקיות של רכב משומש חדש, יחסית.
- **מינהל הרכב הממשלתי, צה"ל וחברות ציבוריות ופרטיות** – מוציאות רכבים למכירה בשיטת המכרז. גופים אלה מחליפים את צי הרכב שלהם מידי 3 – 5 שנים ו/או לאחר שהרכב עבר מספר ק"מ מסוים.
- **מכירת כלי רכב מיחידים**  
ספקים של ציוד בתחומים אחרים הם ספקי סחורה מתכלה – סוחרי הרכב משתמשים בסחורה מתכלה לתצוגת כלי הרכב, תיקונים קלים ופירסום. פריטים אלה מוצעים באיכויות ומחירים מגוונים, ללא הגבלה.

## כיווני התפתחות עתידיים

- סוחרי רכב נותנים **שירותים נילווים**, כגון: רחיצת מכוניות ואיחסון כלי רכב בחופשות ארוכות.
- **שירותי "הצג ומכור"** – בעל המגרש מאפשר ליחידים להציג את הרכב למכירה בעבור דמי אחסנה שבועיים או חודשיים. כאשר בא לקוח המעוניין ברכב מוזמן בעל הרכב לנהל בעצמו את המשא-ומתן עם הלקוח. לעיתים, ההסכם כולל גם תוספת עמלה כאשר המכירה מתבצעת.
- מכירה בקונסיגנציה – בעל הרכב מציג את הרכב במגרש ומציע אותו למכירה במחיר מינימום. בעל העסק מוכר את הרכב, ומקבל עמלה ביחס למחיר המכירה או מקבל את ההפרש בין מחיר המכירה למחיר המינימום עליו הוחלט מראש.
- טרייד אין – רכישת רכב הלקוח וקיזוז מחירו ממחיר הרכישה של הרכב החדש, ברב המקרים הלקוח יהיה מוכן להפסיד אחוז מסויים מהמחיר של רכבו הישן כנגד החסכון בצורך למוכרו לבד.

## **מחסומי כניסה לענף:**

- המחסומים לפתיחת עסק למכירת מכוניות משומשות הם:  
המפקח על התעבורה במשרד התחבורה אחראים לתחום זה.  
כדי לייבא רכב למכירה צריך לקבל אישור מהממונה על היבוא במשרד התחבורה פתיחת עסק למכירת כלי רכב משומשים מותנית בביצוע הצעדים הבאים:
- רישוי עסקים – חובה לקבל רישיון עסק מהרשות המקומית.
- השקעה בהתאמת מגרש לתצוגת רכב. שטח המגרש צריך להיות 1 – 3 דונם. רצוי שמרביתו יהיה מרוצף. על המגרש להיות מגודר, ממוגן ומואר.
- שיפוץ והתאמת מבנה כמשרד.

## **כח אדם:**

- כח האדם בענף מכירת מכוניות משומשות כולל את התחומים הבאים:
- ניהול ומכירות – בדרך-כלל בעל העסק פועל כאיש מכירות ורכש. בעסק מועסקים עד כ – 5 אנשי מכירות.
- עוזרים / שוליות – העוסקים ברחיצת המכוניות והכנתן לתצוגה.  
מבחינת החוק אין צוות העובדים חייב בהכשרה כלשהי.  
בעסק רגיל עובדים 1 – 6 אנשים. עסקים גדולים מעסיקים 10 – 20 עובדים.

## שטח העסק וציוד נדרש:

- שטח מגרש המכירות והתצוגה 1 – 3 דונם. מיקום העסק הינו קריטי. חשוב מאד שתהיה גישה נוחה לעסק.
- ציוד – מדחס וציוד רחיצת מכוניות בלחץ, לצורך הצגתן.
- גידור ומיגון נגד גניבות ופגיעה במלאי המכוניות העומד למכירה.
- שילוט ואמצעי לפרסום העסק והמכוניות במגרש.
- מבנה המשמש למשרד בגודל של 30 מ"ר – 50 מ"ר. בנוסף, נדרש ציוד וריהוט משרדי לצורך ניהול העסק.

## מימון:

### השקעה נדרשת

- סעיפי ההשקעה העיקריים הנדרשים על מנת להקים עסק חדש הינם:
  - **שיפוץ והכשרת המגרש** - הכשרת מגרש למכירת מכוניות איננה מחייבת מיתקון מיוחד מעבר למוזכר בסעיף בקודם.
  - **מלאי סחורה**
  - **רכישת הזיכיון** - לשמש כזכיון של יבואן רכב חדש. במקרה זה ההשקעה גבוהה אף יותר, משום על הזכיון לבנות מוסך באיכות גבוהה.

### פדיון ורווחיות בענף

הרווח בענף נובע משלשה מקורות: רווח על מכירת מכוניות בבעלות העסק, עמלה עבור תיווך במכירת רכב ושירותים הקשורים במכירת הרכב.

הרווח הגולמי במכירת רכב משומש, נע בממוצע בין 5-15% תלוי בסוג הרכב ובמצבו.

במכירת רכב חדש כסוכן של היבואן הרווח הגולמי נע בסביבות 2-5%.

הרווח הגולמי של היבואנים הינו נתון חסוי.

הצלחת העסק למכירת מכוניות חדשות ומשומשות תלויה בגורמים רבים מאד, כגון: המצב הכלכלי במדינה, אופנה, התנהגות הצרכנים, פירסום ושיווק מוצלח של סוגי רכב חדשים. זהו שוק תחרותי מאד אשר לסוחר יש השפעה חלקית ביותר על המתרחש בו.

## תנאי תשלום מקובלים

תנאי התשלום המקובלים הניתנים ללקוחות הינם במזומן. על הקונה להשיג מימון משלים (הלוואה מהבנק) ולהשלים את התשלום עבור הרכב לפני הרכישה, בחלק גדול מהמקרים המוכר קשור עם גורמים מממנים ומסייע לקונה בהליך קבלת המימון.

במכירת מכוניות משומשות מהשכרה ו/או ליסינג מוצעות לקונה הלוואות עומדות לרכישת הרכב בתנאי מימון נוחים.

לעיתים ניתן לפרוס את העלות בהמחאות או בכרטיסי אשראי למספר תשלומים.

## **רשימות, אישורים ותקנים רלוונטיים:**

צריך לקבל רישיון לייבוא רכב מהממונה על היבוא במשרד התחבורה.

העסק חייב בקבלת רישיון עסק מהרשות המקומית ומשרד התחבורה.

## **סיכונים:**

סיכונים עיסקיים:

- ניהול תזרים מזומנים נכון – יכולתו של בעל העסק לרכוש סחורה טובה בזול / בהזדמנות – מאפשרת רווח נאה בזמן קצר. יכולת זו תלויה בניהול תזרים מזומנים נכון. רכישת מלאי סחורה גדול עלול לגרום לקשיי נזילות ולפגוע בריווחיות העסק.
- רכישת מלאי – האופנתיות בענף רבה ובעל העסק עלול להיתקע לאורך זמן עם סחורה ללא ביקוש.
- רכישת רכב גנוב / מזויף – בארץ קיימות כנופיות העוסקות בגניבת כלי רכב, זיוף המסמכים שלהן ומכירתן. הרכב הגנוב הופך להיות רכוש של חברת הביטוח וגילוי מביא להחרמתו ללא פיצוי לקונה.
- גניבה ושבר – גניבת רכב הינה "מכת מדינה". לרוב, עלויות הביטוח למלאי כלי הרכב גבוה. על בעל העסק להתייחס לסוגיה זו בכובד ראש.
- נזקים לצד שלישי – לקוחות ומבקרים עלולים להיפגע ולהיפצע במהלך הביקור וקבלת השירות במגרש. במקרים אלה עלול בעל העסק להיות חשוף לתביעות נזקים.

## ביטוחים:

- ביטוח סחר רכב: עבור הרכב בשעת נהיגת הסוחר והקונה. בעת מכירת הרכב / העברת בעלות מתבטלת הפוליסה המקורית, והרכב חשוף לתביעות מצד ג' בשל תאונות דרכים ואינו מכוסה בביטוח מקיף בפגיעה או גניבה.
  - ביטוחי מבנה ותכולה.
  - ביטוח צד ג'.
  - ביטוח חבות מעבידים.
  - ביטוח אובדן רווחים.
  - ביטוח רכוש בהשגחה.
- בנוסף לאמור לעיל, מוצע להיוועץ בסוכן ביטוח לגבי ביטוחים נדרשים.

## כתובות רלבנטיות:

משרד התחבורה, ירושלים – המפקח על התעבורה - 6228600 - 02  
משרד התחבורה, ירושלים – הממונה על חברות להשכרת רכב 6228211 - 02  
משרד התחבורה, תל-אביב – ממונה על היבוא 5657117 - 03  
איגוד יבואני הרכב בישראל, דרך פ"ת 76 ת"א 67134 טל: 5622005 - 03  
Email: [g\\_manager@car-importers.org.il](mailto:g_manager@car-importers.org.il)  
אתר אינטרנט של איגוד עולמי של מתווכי כלי רכב עצמאיים, המייבאים ומייצאים כלי רכב  
לכל שוק בעולם [www.naata.org](http://www.naata.org)

## טיפים:

- מידע מקיף ומועיל בתחומים שונים, כגון: תעריפי מכס, מחירוים, ארגונים העוסקים ברכב ובניהול תחבורה נמצא באתר: <http://mycar.co.il/>
- לבדוק בזהירות רבה את הבעלות על הרכב ולוודא את רכישת הרכב במישרין מהבעלים.
- להבטיח קבלת מלוא התמורה לרכב לפני העברת הבעלות לקונה. או לחילופין לרשום שיעבוד לרכב במשרד הרישוי ורשם המשכונות עבור סכום הלוואה, הניתן לקונה.
- מוצע לבדוק את האפשרות לקבל נציגות /זיכיון של אחד היבואנים למכירת רכב חדש.
- לקוחות מרוצים חוזרים ומביאים חברים. הקפד על איכות ואמינות השירות כדי להרחיב את חוג הלקוחות.
- וודא כי עומד לרשותך צוות עובדים מיומן.
- בקביעת מיקום המגרש יש להתחשב בגורמים רבים ובהם: נגישות, קירבה לאזור מגורים וכו'.
- 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, 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 בנובמבר 2004, ע"י מט"י רעננה ואופק פיתוח עסקים ותדמיות בע"מ.