

הענף:

נתוני הענף

משחקיות הנן עסקים הפועלים בתחום תרבות הפנאי, המציעות מגוון משחקים ופעילויות לילדים בגיל הרך ולהוריהם. בנוסף, מאפשרות המשחקיות, לרוב, עריכת אירועים כגון ימי הולדת לילדים בגיל הרך.

בשנים האחרונות התפתח הענף באופן משמעותי, ועלתה מודעות קהל הלקוחות לקיומה של חלופת הביקור במשחקה, על פני אפשרויות בילוי אחרות. כתוצאה, גדל משמעותית גם היצע המשחקיות, ברמות השונות.

בישראל פועלות כיום, על פי הערכה, עשרות משחקיות, אם כי לא ניתן לדעת בוודאות מהו מספרן המדויק. המשחקיות משרתות אוכלוסייה לגביה ניתן להציג מספר נתונים:

◀ בישראל חיו בשנת 2003 כ- 688 א' ילדים בגילאי 0-4, בחלוקה גיאוגרפית להלן:

- מחוז ירושלים – 104 א'.
 - מחוז הצפון – 129 א'.
 - מחוז חיפה – 72 א'.
 - מחוז המרכז – 149 א'.
 - מחוז ת"א – 89 א'.
 - מחוז הדרום – 108 א'.
 - יו"ש – 37 א'.
- מדי שנה נולדים בישראל כ- 140,000 תינוקות.

חלוקת משנה ענפית

את המשחקיות הפועלות כיום בענף ניתן לסווג, לרוב, בהתאם לסיווגים להלן:

- ◀ משחקיות ענק, הפועלות מחוץ לערים אך במרחק לא רב מהן – בעיקר בקיבוצים. משחקיות אלו נפרשות על שטח ניכר וימצא בהן שפע מתקנים מסוגים שונים: מתנפחים גדולים, משחקי אולם, מזרנים וספוגים, משחקי מחשב, פינות יצירה ועוד..
- ◀ משחקיות בינוניות הפועלות בשולי הערים. במשחקיות אלו, בדרך כלל, מספר רב יחסית של מתקנים אך בהיקף ובגודל קטנים יותר מהסוג הראשון.
- ◀ משחקיות עירוניות קטנות יחסית. משחקיות אלו ממוקמות באולם בשטח 200-500 מ"ר, לעיתים עם חצר קטנה ובה מספר מתקנים.
- ◀ משחקיות המופעלות בקניונים ובמרכזי קניות, בשטח שהוקצה להן. משחקיות אלו בד"כ מצומצמות מאד בשטחן ובעלות היצע פעילות דל יחסית.

השוק:

מאפייני השוק

- ◀ הענף נמצא בשנים האחרונות בצמיחה – קיים גידול בביקוש לשירותים ובמקביל גידול חד במספר המשחקיות הפעילות. יחד עם זאת, עדיין קיימים אזורים שאינם מרושתים בעסקים מסוג זה.
- ◀ הענף מבוסס על עסקים פרטיים ועצמאיים, בהיקפי גודל שונים. בהגדרה זו נכללות גם משחקיות המופעלות על ידי קבוצים.
- ◀ בענף פועלים מספר עסקים המפעילים יותר ממשחקה אחת.
- ◀ חלק ניכר מהפעילות מתנקז לסופי שבוע – ימי ו' ושבט.
- ◀ עונתיות – משחקיות הפועלות ברובן תחת קורת השמיים יהיו פעילות בעיקר בקיץ.
- משחקיות סגורות – יהיו פעילות בחודשי החורף. משחקיות המשלבות מתחם מקורה ומתחם פתוח יסגרו בד"כ את המתחם הפתוח בחודשי החורף. כל המשחקיות פעילות בחופשים.

לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

- קהל המטרה למשחקיות הנו ילדים (כנהנים) והורים (כמשלמים) והוא משתנה בהתאם למיקום המשחקה וגודלה:
- ◀ משחקיות עירוניות קטנות מיועדות, בדרך כלל, לגיל הרך (1-4). משחקיות אלו מבוססות על אמהות (בעיקר) המגיעות בבקרים לפרק זמן קצר יחסית, או על פעילות בשבתות.
 - ◀ משחקיות ענק מציעות מגוון אפשרויות המיועד גם לגילאים בוגרים יותר. משחקיות אלו מצריכות הגעה מיוחדת ומהוות בילוי משפחתי מלא – בעיקר בשבתות וחגים.
- בנוסף, מיועדות מרבית המשחקיות לעריכת ימי הולדת - קהל הלקוחות המיועד לשירות זה הנו, בדרך כלל, הורים לילדים בגילאי 2-6.

תחרות

- תחרות ישירה:
- ◀ משחקיות הנמצאות בסביבה הגיאוגרפית.
 - ◀ משחקיות ענק, גם אם נמצאות בריחוק גיאוגרפי.
 - ◀ מפעילי מתקנים (מתנפחים, מים) ניידים או להשכרה, המקימים משחקה "ניידת" באזורי אטרקציה לטווח קצר.
- תחרות עקיפה:
- כל אטרקציה ופעילות המתחרות על תשומת ליבו של הילד ועל כיסו של ההורה. היות והמשחקה מציעה, בעצם, סוג של פעילות חברתית משפחתית, הרי היא מתחרה בהקשר זה עם בתי קולנוע, גני חיות, קניונים, הצגות ילדים, חיק הטבע, פינות חי ועוד.

ספקים

- הספקים העיקריים בזמן ההקמה הנם בעיקר ספקי מתקנים. פועלים כיום מספר ספקים עיקריים בארץ, המספקים מתקנים מתנפחים, מתקני מים, רב-תכליתיים ועוד.

בנוסף:

- ◀ ספקי מחשבים לפינות מחשב.
- ◀ ספקי משחקים ופינות מסוגים שונים.

במהלך הפעילות השוטפת:

- ◀ הפעלות מסוגים שונים לימי הולדת – ליצנים, קוסמים, כקבלני משנה.
- ◀ רכישת כיבוד לימי הולדת ומצרכים לפינת קפה להורים.
- ◀ ספקי חומרי יצירה.
- ◀ באם מופעל במקום מזנון – אספקת סחורה למזנון.
- ◀ הצטיידות שוטפת במשחקים ובמתקנים חדשים, על מנת לרענן את האטרקציות במקום.

אמצעי שיווק

אמצעי השיווק הבולטים הנם:

- ◀ מודעות בעיתונות המקומית.
 - ◀ שילוט המקום וסביבתו באופן בולט, כולל שלטי הכוונה.
 - ◀ דיוור בהיצף – בתיבות דואר בסביבה המיידית.
 - ◀ הקמת אתר אינטרנט או פרסום באינטרנט, באתרים רלבנטיים.
 - ◀ יחסי ציבור – במשחקיות הגדולות.
 - ◀ יצירת שיתופי פעולה עם ועדי עובדים וחברות כרטיסי אשראי (הנחה תמורת כוכבים).
- היות ואחד היעדים המרכזיים העומדים בפני הנהלת משחקה הוא שימור לקוחות, מקובל בענף שימוש במועדוני לקוחות:
- ◀ מתן הנחות ומבצעים מיוחדים למבקרים קבועים.
 - ◀ שימוש בכרטיסיה או ב"חופשי חודשי" – בחלופות שונות.
 - ◀ מתנה או כניסה חינם ביום-הולדת.
 - ◀ חבר מביא חבר.

גורמים משפיעים על הצלחה:

- ◀ למרות שהגורם המרכזי בהבאת לקוח חדש הנו שכנוע האם, הרי הנתביב לשימור לקוח הנו דרך הילד ורמת שביעות הרצון שלו מהביקורים במשחקה. לצורך כך על המשחקה להציע אטרקציות המותאמות לגילאי היעד, ולחדש את מגוון האטרקציות על מנת שלא לשעמם.
- ◀ מרכיב נוסף הנו ביכולת למלא את המקום בהזמנות לאירועים – סוג פעילות המשפר משמעותית את הכנסות המקום.

מחסומי כניסה לענף:

חסם הכניסה המרכזי, מעבר לרישוי הנדרש, הנו כלכלי – עלויות ההקמה הנן גבוהות ביחס להיקף העסק. כלומר: היקף ההשקעה לעסק הנו גבוה ביחס להיקפי ההשקעה הנדרשים, בדרך כלל,

בעסקים בסדר גודל דומה. חסם זה נובע מהצורך בהצטיידות בהיקפים גבוהים.

כח אדם:

להפעלת משחקה נדרש כח אדם בהתאם להיקפי הפעילות ולגודל העסק:

- ◀ משחקה עירונית קטנה עשויה לפעול עם מפעיל אחד, האחראי לגביית דמי כניסה ולתקינות המשחקה.
- ◀ במשחקות גדולות יותר נדרשים מפעילי מתקנים (מתקני מים ומתקני לונה-פארק דורשים מפעיל אחראי לכל מתקן), סדרנים, מפעיל מזנון.
- ◀ במשחקה המקיימת ימי הולדת מופיעים לעיתים מפעילים שונים – קוסם, ליצן וכו'. מפעילים אלו הנם קבלני משנה ואינם מועסקים של העסק, בדרך כלל.

ציוד נדרש:

מרכיבי הציוד העיקריים במשחקה הנם המתקנים:

- ◀ מתקנים מתנפחים.
- ◀ מתקני מים – בחלק מהמשחקות.
- ◀ מזרנים, גלילים, בריכות כדורים וכו'.
- ◀ במשחקות גדולות – מתקני לונה-פארק.

בנוסף:

- ◀ חדר יום הולדת – במשחקה המארחת ימי הולדת מקובל להקים חדר נפרד, בו מתארחים הילדים במהלך ההפעלה. חדר זה מאפשר הן פרטיות והן את המשך הפעלת המשחקה לקהל לקוחות שאינם קשורים לאירוע.
- ◀ ריהוט - פינת ישיבה להורים, פינות יצירה.
- ◀ משחקה מותאמים לגילאים השונים, החל במשחקה קופסה ועד משחקה מחשב.
- ◀ פינות הפעלה מסוגים שונים – יצירה, בנייה (דוגמת לגו).
- ◀ משחקה הפועלת גם בשטח חוץ תידרש להצללה בקיץ.

מימון:

השקעה נדרשת

- ◀ סך ההשקעה בציוד משחקה למשחקה קטנה יעמוד, על פי הערכה, על כ- 80-120 א' ₪.
- ◀ במהלך הפעילות השוטפת יש להקצות תקציב שנתי להצטיידות ולחידוש ציוד, על מנת לחדש מתקנים ומשחקה בלויים ועל מנת לחדש אטרקציות.

פדיון ורווחיות בענף

הפדיון בענף נובע מ- 4 מקורות עיקריים:

- ◀ הכנסה מדמי כניסה למשחקה, על בסיס חד-פעמי או מנוי. עלות הכניסה משתנה בהתאם לסוג המשחקה והאזור בארץ, אך עומדת במשחקות הקטנות והבינוניות על סכום של 20-30

<p>ש. בחלק ממשחקיות אלו נהוג כי כניסת ההורים הנה ללא חיוב.</p> <p>◀ הכנסה מאירועים – בעיקר עריכת ימי הולדת. הפדיון מעריכת יום הולדת עומד על 700-1,200 ₪ ותלוי במספר גורמים:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ צורך בסגירת המשחקה לאירוע, או המשך הפעלה לקהל הרחב. ○ מועד האירוע – במהלך שעות הפעילות או לאחריהן, אמצע או סוף שבוע. ○ מספר הילדים המתארחים. ○ הפעלה – ליצן או קוסם. ○ הגשת כיבוד על ידי המשחקה, או ארגונו על ידי ההורים. <p>◀ מזנון. מכפיל הרווח במזנון הנו 200-300%.</p> <p>◀ חוגים – לאמהות, לתינוקות ולילדים קטנים. חלק מהחוגים מופעלים על ידי הבעלים וחלק על ידי מפעילים בשכירות משנה.</p> <p>מקורות הכנסה אפשריים נוספים:</p> <p>חלק מהמשחקיות מפעילות, בחודשי הקיץ, קייטנות. המחיר לקייטנה משתנה מאזור לאזור בהתאם למחירי השוק והתחרות בכל אזור.</p> <p>פעוטון – קיימות משחקיות אשר מפעילות בשעות הבוקר פעוטון, תוך ניצול המתקנים העומדים ממילא לרשות המקום. הפדיון מפעוטון משתנה גם הוא בהתאם למחירי השוק והתחרות בכל אזור.</p>

תנאי תשלום מקובלים

<p>◀ בכניסה למשחקה – תשלום במזומן, כרטיס אשראי או המחאה, ללא תנאי אשראי. חלק מהמשחקיות מאפשרות רכישת מנוי חודשי / שבועי.</p> <p>◀ באירועים – תשלום במועד האירוע במזומן או עד 3 תשלומים. לעיתים תשלום מקדמה עם הזמנת האירוע, במשחקיות המבוקשות.</p>
--

רמת הסיכון:

<p>רמת הסיכון בענף גבוהה יחסית, זאת עקב ההשקעה הכספית הגבוהה הנדרשת בהקמת העסק ובהפעלתו (כולל הוצאות שיווק) ועקב התחרות בענף.</p>

רישיונות ואישורים:

<p>◀ להפעלת משחקה נדרש רישיון עסק מהרשות המקומית ומהמטרה.</p> <p>◀ הפעלת מזנון דורשת רישיון נפרד – מהרשות המקומית.</p>
--

ביטוחים:

<p>◀ ביטוח עסק (תכולה ומלאי) וביטוח צד שלישי.</p> <p>◀ ביטוח חבות מעבידים.</p> <p>◀ ביטוח אובדן הכנסות.</p>

טיפים:

- ◀ בשל רמת הסיכון מוצע להשקיע בבדיקת הרעיון העסקי ומיקום העסק, כולל הכנת תכנית עסקית ריאלית הבוחנת את ההשקעות הנדרשות, את ההוצאות השוטפות, את המימון הנדרש ומקורותיו ואת ההכנסה והרווח החזויים.
- ◀ יש לבחון היטב את הסביבה העסקית ובייחוד את המתחרים ואת אוכלוסיית היעד, תוך זיהוי נטיות וצרכים ספציפיים לה.
- ◀ בקביעת מיקום העסק יש להתחשב בגורמים רבים ובהם: נגישות, קירבה לאזורי מגורים, חנייה וכו'.
- ◀ למשחקה מתחילה – מוצע לבדוק את האפשרות לרכוש ציוד משומש.
- ◀ בטיחות – יש להקפיד על הצטיידות במתקנים ומשחקים הנושאים תו/תקן בטיחות, בהתאם לדרישות החוק.
- ◀ מחשב – מוצע להקפיד על רישיונות הפעלה, הן למערכות ההפעלה והן למשחקים ולתוכנות.
- ◀ 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 בפרופיל אינו מהווה תחליף לבדיקה אישית ומקצועית של הנתונים הרלבנטיים, בטרם פועלים על פיהם.
4. פרופיל עסקי זה נערך במרץ 2005 על-ידי אמיר כבירי - ייעוץ כלכלי ועסקי עבור **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**.