

משתלה

פרופיל עסקי ענפי:

הענף:

נתוני הענף

בישראל פועלות כיום, על פי הערכה, כ- 650 משתלות, בחלוקה גיאוגרפית כדלקמן:

- ◀ ירושלים וסביבתה – כ- 40 משתלות.
- ◀ ת"א והמרכז – כ- 110 משתלות.
- ◀ חיפה והצפון – כ- 215 משתלות.
- ◀ השפלה והדרום – כ- 140 משתלות.
- ◀ השרון – כ- 135 משתלות.
- ◀ יהודה ושומרון – כ- 15 משתלות.

חלוקת משנה ענפית

את המשתלות הפועלות בארץ ניתן לחלק למספר סוגים:

- ◀ משתלות רגילות, העוסקות במכירה של צמחים מסוגים שונים. משתלות אלו אינן עוסקות בגידול אלא רוכשות את הצמחים מספקים.
- ◀ משתלות יצרניות – עוסקות בגידול של צמחים. מוכרות את תוצרתן לייצוא, למשתלות רגילות ולעיתים גם ללקוחות פרטיים.
- ◀ משתלות מעורבות – עוסקות הן בגידול עצמי והן בקנייה ומכירה של צמחים.

פרופיל זה מתמקד במשתלות המוכרות צמחים לקהל הרחב ולא במשתלות יצרניות המתמחות במסחר סיטונאי או בייצוא.

השוק:

מאפייני השוק

- ◀ בענף פועל מספר רב של מתחרים עצמאיים, בתנאי תחרות ביניהם. עד כה לא מסתמנת חדירת רשתות לענף.
- ◀ עונתיות – חודשי החורף, נובמבר עד מרץ, נחשבים בענף לחודשים חלשים. בחודשי הקיץ עולה הביקוש, בין היתר בגין חידוש הביקוש לשירותי גינון.
- ◀ בתקופת החגים, ראש השנה ופסח, חל גידול בביקוש לצמחים ובמחזורי המכירות.

לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

לקוחות המשתלות הנם:

- ◀ חובבי צמחים ברמות שונות העוסקים בגידול עצמי בביתם. לקוחות אלו נעזרים בד"כ גם בייעוץ מקצועי במשתלה.
- ◀ גננים הרוכשים צמחים לצורך הקמת גינות ללקוחותיהם הפרטיים או המוסדיים.

תחרות

התחרות בענף הנה בעיקר ממשתלות בקרבה גיאוגרפית. ככל שמשתלה מחזיקה מלאי צמחים ייחודי יותר, ירחק המעגל הגיאוגרפי של המשתלות המתחרות.

ספקים

הספקים המרכזיים למשתלות הן משתלות יצרניות, המתמחות בגידול צמחים וזנים מסוימים. ספקים נוספים הם:

- ◀ ספקי עציצים ואדניות.
- ◀ ספקי אדמה.
- ◀ ספקי מוצרים נלווים הנמכרים לחובבי צמחים – כלי עבודה, תוספים שונים.

אמצעי שיווק

- ◀ במשתלות הממוקמות על צירי תנועה עיקריים – יש משמעות רבה לשילוט בולט.
- ◀ פרסום במקומונים ובדפי זהב.
- ◀ חלוקת פליירים וברושורים – בהפצה לתיבות דואר או במרכזי קניות.
- ◀ בניית מועדון לקוחות המציע הטבות והנחות.
- ◀ מכירה מקוונת באמצעות אתר אינטרנט.
- ◀ יצירת שיתופי פעולה עם גננים - הפניית לקוחות ו/או עמלות.

גורמים משפיעים על הצלחה:

- ◀ האמצעים העיקריים לגיוס לקוחות חדשים ושימור קיימים הם מוניטין ומיקום. בנוסף:
- ◀ יכולת גידול עצמית מגדילה את הרווח הגולמי.
- ◀ יש לשמור על עלויות תפעול נמוכות על מנת להגיע לרווח תפעולי.

מחסומי כניסה לענף:

חסם הכניסה המרכזי הנו כלכלי: לצורך הקמת משתלה נדרשת השקעה גבוהה במלאי צמחים. כמו כן – עלויות התפעול, ביחס לעסק מסחרי, הן גבוהות יחסית, בשל השטח הגדול הנדרש. חסמים אלו מביאים לענף, בדרך כלל, יזמים בעלי יתרון יחסי בתחום: חקלאים בענף או בעלי שטחים היכולים, בקלות יחסית, לספק לעצמם מלאי ולהקצות למשתלה שטח בעלות אלטרנטיבית נמוכה יחסית.

כח אדם:

במשתלה רגילה:

- ◀ מנהל – לעיתים בעל המשתלה. נדרש רקע מקצועי, הבנה והכרת התחום.
- ◀ מוכרים / זבנים – לעבודה מול קהל. בעלי ידע אותו ניתן לרכוש במהלך העבודה השוטפת.
- ◀ כח עזר – לטיפול בצמחים.

במשתלה יצרנית נדרש כ"א נוסף לטיפול בצמחים. על כ"א זה להיות, בחלקו לפחות, בעל הכשרה מקצועית מתאימה.

שטח וציוד נדרש:

משתלה הנה עסק הזקוק לשטח ניכר, ולפיכך תמוקם בד"כ בשולי הערים או באזורים חקלאיים.
שטח המשתלה מחולק בד"כ למספר מתחמים:

- ◀ תצוגת צמחים – עצים ועציצים בגדלים וגילאים שונים. בד"כ מוקדש חלק מהמתחם לטיפול בצמחים חולים / בעייתיים. במשתלה יצרנית עשוי אזור הגידול להיות ממוקם באתר שונה מהמשתלה עצמה.
- ◀ תצוגת אדניות ועציצים ריקים.
- ◀ שטח עבודה – מילוי אדמה ושתילה בהתאם להזמנת הלקוח.
- ◀ תצוגת מוצרים נלווים.
- ◀ דלפק ושטח מכירה.

היקף הציוד הנדרש מצומצם יחסית וכולל:

- ◀ ריהוט המשתלה – דלפקים, שולחן עבודה, מדפים.
- ◀ קופה רושמת או מחשב.
- ◀ כלי עבודה.

מימון:

השקעה נדרשת

- ההשקעה הנדרשת משתנה כתלות במספר פרמטרים:
- ◀ משתלה רגילה מול משתלה יצרנית, או משולבת.
 - ◀ התשתית הקיימת עם פתיחת המשתלה – חממות, מבנים.
 - ◀ אזור הפעילות – ההשקעה להקמת משתלה במרכז הארץ, באזור צפוף, תהיה יקרה ביחס למשתלה בפריפריה.
 - ◀ מידת הפאר והיוקרה אותם אמור לשדר הגן.
- בשל מורכבות ההשקעה ומגוון האפשרויות, אין לוותר על בדיקת מומחה לפני ביצוע ההשקעה.

רווחיות בענף

- להלן יוצג אחוז הרווח הגולמי בענף:
- ◀ צמחים במשתלות רגילות – 35-41%.
 - ◀ צמחים במשתלות יצרניות – 50-57%, לאחר הפחתת ההוצאות על מים, חומרי הדברה, דישון והוצאות לחימום וקירור הצמחים.
 - ◀ אדניות ועציצים – 31-37%.
 - ◀ אדמת תערובת – 29-35%.

פחת:

הפחת נובע מתנאי מזג אוויר, מאחזקה ממושכת ומהחזרות של לקוחות. במשתלות רגילות יעמוד

אחוז הפחת על 10% במוצע, ואילו במשתלות יצרניות על 15-20% במוצע.

(מבוסס על קווי הנחייה כלכליים של נציבות מס הכנסה).

תנאי תשלום מקובלים

המכירה ללקוחות הנה במזומן, המחאות או כרטיסי אשראי. ברכישות גדולות יחסית נהוג לפרוס למספר תשלומים.

הרכישה מספקים הנה בתנאי אשראי כמקובל בשוק – שוטף + 30-60 ועד שוטף + 90.

רמת הסיכון:

רמת הסיכון למגדל הפועל בענף הנה נמוכה יחסית – ההשקעה הנדרשת קטנה, השטח עומד לרשותו ואין לו סיכונים מלאי. רמת הסיכון לגורם חיצוני המבקש להקים עסק גבוהה יותר – ההשקעה הנדרשת בהקמת המקום ובמלאי ראשוני גבוהה יחסית וקיים סיכון באובדנה במקרה של כשלון עסקי.

רישיונות ואישורים:

להפעלת משתלה נדרש רישיון עסק מהרשות המקומית.

ביטוחים:

◀ ביטוח עסק (תכולה ומלאי) וביטוח צד שלישי.

◀ ביטוח חבות מעבידים.

◀ ביטוח אובדן הכנסות.

◀ ביטוח סחורה בהעברה.

בנוסף למצוין לעיל, מומלץ להיוועץ בסוכן ביטוח לגבי הצורך בביטוחים נוספים.

טיפים:

◀ לפני הקמת העסק מומלץ לבצע בדיקת כדאיות כלכלית 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.

◀ הרווח הגולמי גדל ככל שלמשתלה יש יכולת גידול עצמית של צמחים. יחד עם זאת, יש לבחון תמיד את הכדאיות בגידול מול אלטרנטיבה לניצול רווחי יותר של השטח העומד לרשות המשתלה.

◀ 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 בפברואר 2005 על-ידי אמיר כבירי - ייעוץ כלכלי ועסקי עבור **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**.