

פרופיל עסקי ענפי:

שליחויות

הענף:

נתוני הענף

בישראל פועלים כיום, על פי הערכה, כ- 255 עסקים בתחום השליחויות, בחלוקה גיאוגרפית כדלקמן:

- ◀ ירושלים וסביבתה – כ- 25 עסקים.
- ◀ ת"א והמרכז – כ- 110 עסקים.
- ◀ חיפה והצפון – כ- 50 עסקים.
- ◀ השפלה והדרום – כ- 35 עסקים.
- ◀ השרון – כ- 35 עסקים.

חלוקת משנה ענפית

- ◀ חלוקת המשנה בענף הנה על פי מאפייני השליחות: עסקים המתמקדים בשליחויות מקומיות או במעגל קרוב, מול עסקים המתמקדים בשליחויות בינעירוניות. קיימים עסקים המשלבים את השירותים – בכל הטווחים.
- ◀ חלוקת משנה נוספת הנה על פי מאפייני המשלוחים – עסקים המתמקדים בשליחות מזון מול עסקים המתמקדים בשליחויות עסקיות ומסחריות. יחד עם זאת, עסקי שליחויות רבים עוסקים ב- 2 התחומים בהתאם לביקוש על פני שעות היממה.

השוק:

מאפייני השוק

- ◀ השוק הנו שוק תחרותי בו פועל מספר רב של עסקים עצמאיים, בסדרי גודל שונים, בתנאי תחרות ביניהם.
- ◀ התחרות בענף אינה מאפשרת, בד"כ העלאת מחירים – עובדה המביאה לשחיקה ברווחיות עקב גידול בתשומות.
- ◀ הענף מספק שירותים בעיקר למגזר העסקי.
- ◀ מרבית העסקים בענף פועלים במישור העירוני / אזורי.
- ◀ עונתיות – מעטה. הענף פועל בהתאם לנהוג במגזר העסקי – פעילות מעטה יחסית בחודשי חופשת הקיץ והחגים.

לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

- ◀ לקוחות שירותי השליחויות הנם בעיקר לקוחות עסקיים הזקוקים להעברת חבילות ומעטפות במהלך פעילותם העסקית השוטפת. לקוחות אלו הנם בד"כ לקוחות קבועים הפועלים על בסיס התקשרות חודשית עם שירותי השליחויות. נהוג להגדיר היקף התקשרות חודשי מינימאלי ללקוח.
- ◀ לקוחות נוספים הנם לקוחות מזדמנים הנזקקים לשירותי השליחויות על בסיס אקראי.

תחרות

בשוק פועלים כיום גורמים רבים, המהווים תחרות:

- ◀ המתחרים העיקריים הנם עסקי שליחויות מקבילים אשר פועלים באותו אזור.
- ◀ שירותי דואר שליחים של רשות הדואר. לשירותים אלו מספר יתרונות וחסרונות, ביחס לחברות הפרטיות:
 - יתרונות עיקריים – פריסה ארצית, אפשרות לדיוור כמותי, אמינות – גוף מוכר.
 - חסרונות – מהירות תגובה (משלוח לא יימסר בהכרח באותו יום), מחיר גבוה ביחס לחברות הפרטיות.
- ◀ במשלוחים בינעירוניים - חברות הפצה ארציות הפועלות במסלולי חלוקה קבועים, דוגמת אביב-שיגור וכך, בפריסה ארצית. חברות אלו נמצאות בתהליכים לקבלת רישיון להפצת דואר ולתחרות עם רשות הדואר בתחום זה.

ספקים

הספקים העיקריים בענף הנם ספקי תחבורה ותקשורת:

- ◀ ספקי כלי רכב – קטנועים ומכוניות, ברכישה, ליסינג או שכירות.
- ◀ תיקוני דרך וגרירה לקטנועים – עשוי להיות ספק הקטנועים. חלק מהספקים מציעים גם קטנוע חלופי, על מנת שלא להשבית את עבודת השליח.
- ◀ מוסך – לטיפולים שוטפים ולתקלות.
- ◀ ספקי תקשורת – מכשירי קשר מסוגים שונים.
- ◀ ספקי ציוד משרדי ומיחשוב – כולל תוכנה יעודית לניהול משרד שליחויות.

אמצעי שיווק

אמצעי השיווק המקובלים בענף:

- ◀ פרסום בדפי זהב.
 - ◀ אתר אינטרנט, או פרסום באתרי אינטרנט.
 - ◀ הפצת עלונים באזורים רלבנטיים.
 - ◀ שילוט כלי הרכב.
 - ◀ פניות יזומות לעסקים רלבנטיים והגשת הצעות למתן שירות.
- התחרות הרבה בענף מחייבת יצירת ערך מוסף ללקוח: חסכון בזמן מעבר למקובל בענף, הוזלת עלויות כוללות על ידי התאמת מחירון לצרכי הלקוח, ביטוח הפריטים וכו'.

גורמים משפיעים על הצלחה:

- גורם הצלחה מרכזי הנו היכולת לתפעל את מערך השליחים באופן אופטימאלי – כך שכל נסיעה תהיה יעילה.
- גורמי הצלחה נוספים:
 - ◀ שולי הרווח הגולמי הנמוכים יחסית מחייבים שמירה על רמה נמוכה של הוצאות תפעוליות.

◀ צבירת מסה קריטית של לקוחות קבועים והיקפי עבודה אשר מאפשרים רווחיות תפעולית שוטפת של העסק.

מחסומי כניסה לענף:

חסם הכניסה המרכזי לענף הנו כלכלי – היכולת לממן או להתחייב לרכישת כלי רכב, בהתאם להיקפי הפעולה המתוכננים. בנוסף, בשוק רווי קיים קושי לבנות מאגר לקוחות בהיקף שיצדיק את ההוצאות הקבועות, לפחות בשלבים הראשונים להפעלת העסק.

כח אדם:

עיקר מסת כח האדם הדרושה בעסק בתחום השליחויות הנה שליחים. חלק ניכר מהעובדים הנם צעירים לאחר צבא, החוסכים כסף ללימודים או לטיול. על השליחים להיות בעלי רישיון לרכב דו-גלגלי. בענף מקובל תשלום שכר בהתאם להספק. תחלופת השליחים בענף גבוהה יחסית. בנוסף, נדרשים סדרני עבודה – דיספצ'רים ופקידי/ות שירות לקוחות.

ציוד נדרש:

מרכיב הציוד המרכזי הנדרש הנו אמצעי תעבורה, בעיקר קטנועים לשליחויות עירוניות ומרחקים קצרים. את הקטנועים ניתן להעמיד לרשות העסק ב- 2 אופנים עיקריים: רכישה וליסינג. קיימות כיום חברות המתמחות במימון כלי רכב לחבורות שליחויות. חברות המבצעות משלוחים בינעירוניים נזקקות גם לכלי רכב ארבע-גלגליים, אותם ניתן לממן באמצעים דומים.

מרכיבי ציוד נוספים:

- ◀ מיתקון כלי הרכב והתאמתם לשליחויות.
- ◀ מכשירי קשר / סלולארי / מירס.
- ◀ ציוד משרדי.
- ◀ מחשב ותוכנה ייעודית לניהול משרד שליחויות.

מימון:

השקעה נדרשת

היקף ההשקעה בהקמת העסק תלוי באופן המימון: רכישה (במימון עצמי או בהלוואה בנקאית) או ליסינג. בכל אחד מהאפשרויות יש לקחת בחשבון את עלויות המימון. לדוגמה: עלותו של אחד הקטנועים הפופולאריים בחברות שליחויות הנה כ- 14 א' ₪ - לקטנוע חדש. בפריסת תשלומים לשנה יעלה קטנוע זה כ- 15 א' ₪ ולשנתיים כ- 16 א' ₪.

בשל מורכבות ההשקעה ומגוון האפשרויות, אין לוותר על בדיקת מומחה לפני ביצוע ההשקעה.

פדיון ורווחיות בענף

הפדיון בענף מבוסס על מחירון ללקוח, בהתאם להיקפי הפעילות ולמרחק השליחות. להלן יוצג מחירון אופייני לחב' שליחויות הפועלת באזור ת"א, למספר אתרים מרכזיים:

◀ ת"א – 9 ₪.

◀ רמת גן, רמת אביב, הדר יוסף – 16-18 ₪.

◀ הרצליה, תל השומר, חולון – כ- 32 ₪.

◀ רעננה, כפר סבא, ראש"צ – כ- 60 ₪.

נהוג לגבות תשלום נוסף על שליחויות דחופות, בהולות, על שליחויות המבוצעות משעה מסוימת אחה"צ ואילך או עבור משלוח גדול.

לשם השוואה, משלוח פריט בודד באמצעות שירות "דואר שליחים" של רשות הדואר יעלה 13 ₪ בתוך העיר, 20.20 ₪ באזור ו- 35.60 ₪ במשלוח בין-עירוני.

יש לקחת בחשבון כי ההתקשרות עם לקוח, וזרם התשלומים הנובע ממנו, הנם בדרך כלל לתקופה ארוכה. לפיכך, את הפדיון מלקוח ואת הכדאיות בעבודה עמו יש לבחון על פני שנה לפחות ולא באופן חד פעמי.

תנאי תשלום מקובלים

◀ לקוחות קבועים – תשלום על בסיס חודשי, בהתאם לשליחויות שבוצעו באותו החודש.

◀ תנאי אשראי: שוטף + 10 ועד שוטף + 30.

רמת הסיכון:

רמת הסיכון בענף גבוהה יחסית:

◀ נדרשת השקעה ו/או נטילת התחייבויות כספיות משמעותיות, בהיקף כספי ניכר, על מנת לפתוח עסק בתחום.

◀ רמת התחרות הגבוהה מקשה על רכישת מידית של לקוחות.

◀ שחיקת מחירים ועליה במחירי התשומות משפיעה על הרווח בענף.

רישיונות ואישורים:

◀ להפעלת עסק בתחום נדרש רישיון עסק מטעם הרשות המקומית.

◀ אם העסק מבצע גם שליחויות מזון, אזי נדרש רישיון גם מטעם משרד הבריאות.

ביטוחים:

◀ ביטוח עסק (תכולה ומלאי) וביטוח צד שלישי.

◀ ביטוחי רכב – בהתאם למצבת הרכבים בעסק.

◀ ביטוח חבות מעבידים.

- ◀ ביטוח אובדן הכנסות.
- ◀ ביטוח סחורה בהעברה.
- בנוסף למצוין לעיל, מומלץ להיוועץ בסוכן ביטוח לגבי הצורך בביטוחים נוספים.

טיפים:

- ◀ מורכבות העסק ורמת הסיכון בענף מחייבים ביצוע בדיקה כלכלית מקיפה לפני כניסה להשקעה משמעותית. מומלץ לבצע בדיקה זו על מנת לנטרל, במידת האפשר, סיכון לכישלון עסקי.
- ◀ קיימת חשיבות רבה לעיתוי ההצטיידות בכלי רכב, באופן שלא יעמיס על העסק ללא מתן תפוקה. על ההצטיידות להיות הדרגתית בהתאם להיקפי הפעילות.
- ◀ ברכישת הקטנועים יש לקחת בחשבון מרכיב בלאי גבוה ואורך חיים קצר יחסית של כלי הרכב. רצוי לפרוס את מימון רכישת הקטנוע לתקופה שאינה עולה על אורך החיים המשוער שלו.
- ◀ בענף פועלים עסקים רבים, המציעים שירותים דומים, במחירים דומים. עסק מצליח יהיה זה שיציע ללקוחותיו יתרון בהתקשרות עימו, מעבר לשירותים המקובלים. הצגת יתרון יחסי מעין זה היא שתביא, בטווח הארוך, להצלחתו של העסק.
- ◀ בקביעת מיקום העסק יש להתחשב בגורמים רבים ובהם: נגישות, קירבה לאזורי העבודה, חנייה 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, 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 כברי - ייעוץ כלכלי ועסקי עבור **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**.